



Universidad Nacional Autónoma de México

Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

La construcción del servicio público de radio en México en tiempos del neoliberalismo

El caso de Radio Educación

**Tesis de doctorado que para optar por el grado de doctor en Ciencias Políticas y
Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación**

Presenta:

Lenin Rafael Martell Gámez

Director de tesis:

Dra. Carmen Patricia Ortega Ramírez

Universidad Autónoma Metropolitana (Unidad Xochimilco)

Comité tutorial:

Dra. Alma Rosa Alva de la Selva

Universidad Nacional Autónoma de México (FCPyS)

Dr. Francisco Javier Esteinou Madrid

Universidad Autónoma Metropolitana (Unidad Xochimilco)

Ciudad universitaria, Cd. Mx.

Noviembre de 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

	Página
Introducción	4
Capítulo Primero	
1. La transformación del Espacio público en el neoliberalismo	25
1.1 El Espacio público en el neoliberalismo	25
1.1.1 La transformación del espacio público en América Latina	40
1.2 Los actores del espacio público: Estado, medios y sociedad civil	44
Capítulo Segundo	
2. La noción de servicio público de radio en el neoliberalismo	54
2.1 El debate internacional sobre el servicio público de radio	54
2.1.1 El debate inglés	63
2.1.2 La radio pública en el norte y centro de Europa	73
2.1.3 La radio pública en España y en Europa del sur	78
2.1.4 El <i>servicio público</i> de radiodifusión en Norteamérica	86
2.1.4.1 La radio pública en Canadá	88
2.1.4.2 La radio pública en Estados Unidos	91
2.1.5 El debate sobre el <i>servicio público</i> en América Latina	96
2.1.6 Problemas comunes en el debate internacional	100
2.2 El concepto de servicio público de radio	105
Capítulo Tercero	
3. Políticas neoliberales y la radio estatal en México	121
3.1 Antecedentes	121
3.1.1 El surgimiento de la radio estatal	123
3.2 La radio estatal en México en tiempos del neoliberalismo	138
3.2.1 Reordenamiento en la estructura de la radio estatal y las políticas neoliberales: 1982-1988	141
3.2.2 La estructura de radio estatal y las políticas neoliberales: 1988-1994	151
3.2.3 La estructura de la radio estatal y las políticas neoliberales: 1994-2000	167

3.2.4 La estructura de la radio estatal y las políticas neoliberales: 2000-2006	181
3.2.4.1 Los sistemas de radio estatal ante el nuevo siglo	194
Capítulo Cuarto	
4. La construcción de la noción de servicio público en Radio Educación	216
4.1 Fundamentos teórico-metodológicos para el estudio empírico de la programación	216
4.2 Elaboración de un <i>corpus</i> de estudio	225
4.2.1 Fases de estudio	232
4.3 Los principios y las funciones sociales del servicio público en Radio Educación	252
4.3.1 La noción de servicio público en el imaginario social de los realizadores	252
4.3.2 Análisis de la programación en Radio Educación	292
Conclusiones	319
Bibliografía	341
Anexos	357

Introducción

Desde la década de los ochenta, las condiciones del mercado mundial ocasionaron transformaciones económicas, políticas, tecnológicas y culturales en distintas naciones. Dichos cambios llevaron a los Estados a replantear sus políticas financieras y jurídicas, además de redefinir su relación con los distintos sectores de la sociedad; estos fueron diferentes de país en país y estuvieron relacionados con la evolución de los sistemas políticos y económicos en varias naciones.

En la región latinoamericana, por ejemplo, estos cambios fueron producto de “la recesión internacional y la crisis de la deuda de la década de los ochenta, más las debilidades explicadas del proteccionismo y la dependencia del sector exportador” (Calvento, 2006: 52). Las transformaciones económicas también impactaron en las políticas de los llamados gobiernos neoliberales, los cuales consideraban, entre otras cuestiones, que invertir en instituciones culturales era un gasto innecesario más que una inversión en el bienestar social de los ciudadanos.

La investigadora Mariana Calvento atribuye este hecho a que:

Las políticas sociales envueltas en el concepto de desarrollo social (inversión) perecieron. En su lugar fue instaurado un nuevo tipo de política social, donde predominaba el enfoque de verla como compensación social (gasto). Las políticas sociales eran consideradas de carácter asistencial, así como también temporarias (Calvento, 2006: 54).

Como consecuencia, las instituciones culturales, particularmente los llamados medios de radiodifusión pública, tuvieron que revisar sus funciones y su relación con el Estado, el mercado y los ciudadanos. Por otra parte, los grupos sociales se volvieron más complejos y, por lo tanto, así lo fueron sus necesidades informativas y sus procesos de participación en la vida pública. Este hecho sucedió sobre todo en países del centro y norte de Europa, en Norteamérica y Australia, donde los medios de radiodifusión pública tuvieron mayor arraigo como instituciones de la cultura en la sociedad desde la segunda mitad del siglo XX.

Esto dio lugar a preguntas sobre cómo los sistemas de radiodifusión pública en el mundo experimentaban la transformación de la noción de servicio público; en especial sobre cómo atendían a sectores sociales más plurales y diversos. Asimismo, se cuestionó acerca de su legitimidad en la sociedad al ser instituciones de servicio público en

momentos de expansión del mercado audiovisual y la alta tendencia a la concentración de medios en manos privadas.

Es un hecho que el concepto de servicio público sufrió transformaciones desde el inicio del periodo neoliberal; ya no se entendía únicamente como un servicio ofrecido por el Estado, sino uno en el que activamente participaban diversos sectores de la sociedad en su gestión. La mayoría de los gobiernos en el mundo recortaron, desde la década de los ochenta, los presupuestos de la radiodifusión pública porque consideraban que no eran una institución rentable. Por el contrario, la radio comercial particularmente podía invertir en tecnología, atraer a anunciantes y allegarse con mayor facilidad de interlocutores sociales quienes buscaban visibilidad mediática.

Al respecto, John Keane (1997) explica que, como consecuencia de estas políticas, en Europa, con excepción de la BBC y las cadenas alemanas ARD y ZDF, las radiodifusoras se rezagaron en la incorporación de nueva tecnología. Las corporaciones públicas se vieron obligadas a firmar convenios de coproducción, a privatizar o subcontratar algunos de sus equipos, servicios e instalaciones de producción, así como participar en empresas de comercialización internacional.

Keane agrega que la tendencia a la autocomercialización “debilita la legitimidad del modelo de servicio público, al desdibujar la singularidad de su programación y dar fuerza a los promotores de la desregularización en su cruzada para marginar a la radiodifusión pública” (Keane, 1997). Esto condujo a que las cadenas privadas proliferaran y resultaran competencia para la radiodifusión pública, porque constituyeron una mejor oferta de contenidos temáticos.

A medida que el neoliberalismo se consolidaba como una lógica política imperante en el marco del capitalismo, la discusión sobre si era viable que los Estados siguieran apoyando económicamente a la radiodifusión pública, dio origen a un debate en diferentes regiones del mundo. Aunque la discusión se presentaba con distintos enfoques en cada país, predominaban dos posiciones: la primera postura sostenía que el Estado tenía que privatizar la radiodifusión pública porque era un gasto innecesario para los contribuyentes y consideraban que estos medios no les ofrecían contenidos distintos a la radiodifusión privada. Asimismo, veían la participación económica del Estado en los medios públicos como una forma de control político que ponía en riesgo la libertad de

expresión y la pluralidad. Por el contrario, la segunda visión defendía a la radiodifusión de servicio público como un derecho de comunicación de los ciudadanos que garantizaba, entre otras cosas, la libertad de expresión, el desarrollo político y cultural, y el derecho a la información.

Por otra parte, la radiodifusión comercial cumplía funciones sociales diferentes a los modelos de radiodifusión pública, porque establecía vínculos más estrechos con el mercado a través de la comercialización de sus espacios. En algunos países como Italia, su relación con el Estado, fue favorable, porque se les ofreció mejores condiciones económicas y políticas para la explotación del espacio radioeléctrico.

De acuerdo con la investigadora Graciela Martínez, “las tres emisoras de la [radio pública italiana] (RAI) compiten con 1500 privadas” (Martínez, 2007: 173). Asimismo, en esta nación se permitió la concentración monopólica a cambio de beneficiar a las élites políticas y empresariales, y el pensamiento ideológico del *status quo*. De modo que su principal objetivo era la rentabilidad económica y no el servicio público aunque en teoría deberían de ofrecer este servicio.

En Italia y otras naciones latinoamericanas, como Venezuela, los gobiernos cometieron abusos utilizando a estos medios para transmitir propaganda del gobierno. La idea fue fundamento para que algunos gobiernos, como el mismo italiano u otros en América Latina, desde los años ochenta, privatizaran y cerraran las operaciones de los sistemas de radiodifusión estatal. En otros, como en España, la radiodifusión pública se fue fortaleciendo desde principios de este siglo como parte de la consolidación democrática de las instituciones del Estado.

En Italia se flexibilizaron las leyes y decisiones para favorecer a la radiodifusión privada, lo cual hizo que acapararan el mercado. En ocasiones, estos medios, fueron los canales de comunicación pública de los gobiernos, en los cuales los altos oficiales informaban a los ciudadanos sobre los grandes temas de la sociedad (desempleo; políticas económicas, entre otros). Sus tratamientos eran críticos y profundos sólo cuando les convenía o defender a sectores sociales y élites en el poder de acuerdo con intereses económicos y políticos de los dueños de las emisoras.

Los intereses de los empresarios, las condiciones del mercado y la flexibilización de las leyes en Estados Unidos, Italia, Brasil y México (Bustamante, 1999: 87) desde los

años ochenta, hicieron que la radiodifusión privada se concentrara en pocas manos e impusiera las condiciones para que operara la comunicación masiva. Esta situación contribuyó a que gobiernos, como los mencionados, apoyaran ampliamente a los medios comerciales, mientras que la radiodifusión de servicio público, en la mayoría de los casos, quedara relegada.

Especialistas y realizadores alrededor del mundo (Bustamante, 1999; Ortega, F., 2003; Ortega, P., 2006; Fernández, 2003) han dado evidencias de cómo, en diferentes naciones, las radios comerciales operaron con base en el lucro y no en el interés público. Este hecho determinó la orientación de sus contenidos y los Estados no fincaron responsabilidad a la radiodifusión comercial; tampoco elaboraron marcos jurídicos que obligaran a que estos medios tuvieran una mayor responsabilidad con la sociedad.

El servicio público pareció haber sido entendido desde esta perspectiva como *servicio social* a la comunidad. Autores como Félix Ortega, han llamado a este fenómeno la privatización del espacio público, porque “lo público por antonomasia ha pasado a tener su sede en los medios de comunicación. Con su auge y creciente protagonismo, no sólo ha cambiado el concepto mismo de lo público, sino también el de la política” (Ortega, F., 2004: 7).

A pesar de ello, modelos de radiodifusión pública en Europa, Norteamérica y Oceanía hicieron grandes esfuerzos para producir contenidos que contribuyeran a enriquecer la vida de los ciudadanos. Por ejemplo sistemas como la Organización Holandesa para la Radiodifusión Pública (Dutch Public Broadcasting Organization—PBO—) (Evers, 2009) y la Radio Pública Nacional (National Public Radio—NPR—) (Martell, 2010) en Estados Unidos pusieron en marcha políticas para incluir más realizaciones sobre migrantes en su programación. Estas radios también se interesaron en reforzar su responsabilidad ética y social con la población; proveer contenidos de calidad y responder de manera óptima a las problemáticas de grupos más plurales y diversos así como de minorías y mayorías.

Producir contenidos de utilidad social ha sido, hasta nuestros días, una manera de distinguirse de la oferta de la radiodifusión comercial. Asimismo, la radiodifusión de servicio público se ha tenido que interesar en el tema para hacer frente a la competencia de la radiodifusión privada. Es por esta razón que autores, como Nicholas Garnham

citado en Keane (1997), consideran que la radiodifusión pública, en los países socialdemócratas europeos, es superior al mercado, dado que ofrece a todos los ciudadanos información, educación y entretenimiento de alta calidad, sin el objetivo de obtener rentabilidad financiera.

En las llamadas sociedades democráticas, el Estado tiene la obligación de garantizar los mecanismos para que se lleve a cabo el debate social, porque es la entidad que organiza el espacio público a través de las instituciones (Ortega, F. 2004). Desde la época de posguerra los sistemas de radiodifusión pública en países de Europa, Norteamérica y Australia han fungido como canales de comunicación que amplían y potencializan la discusión de los asuntos políticos y sociales en el espacio público, como forma de coadyuvar al desarrollo democrático y cultural de la sociedad. En este siglo, estos sistemas se han revalorado en algunos sectores de la población, porque los ciudadanos se han dado cuenta que el sistema comercial no pone en práctica el servicio público, y han entendido que es necesario que se fortalezcan, no como sistemas dependientes del gobierno sino autónomos, donde la sociedad participe.

A principios de este siglo, los Estados de Australia, Canadá, Dinamarca y Finlandia generaron mecanismos políticos y económicos para enfrentar las condiciones del mercado. Por ejemplo, impusieron a la radio comercial directrices específicas en los contenidos—como el uso de la lengua—que enalteciera la identidad nacional.

A diferencia de estos países social demócratas, en otras regiones del mundo, como en la mayoría de las naciones de América Latina, en este periodo los Estados fueron incluso condescendientes con la función y responsabilidad de los medios privados. México fue precisamente uno de los países en donde al Estado no le interesó desarrollar una radiodifusión de servicio público; tampoco establecer un marco jurídico para garantizar que este servicio pudiera contribuir al desarrollo cultural del país y fortalecer el derecho a la comunicación de los ciudadanos. El Estado mexicano históricamente apoyó la expansión de la radiodifusión privada, mantuvo una inadecuada ley de radiodifusión y frecuentemente se subordinó a las exigencias del mercado audiovisual. De modo que dejó un campo fértil para desarrollar con éxito los monopolios y el modelo de radiodifusión comercial (Alva de la Selva, 2000).

Éstas y otras condiciones hicieron que México fuera uno de los países en donde, históricamente, el modelo de radiodifusión comercial ha sido favorecido por el Estado, pero donde éste no ha respondido a la sociedad con contenidos de calidad y benefició el interés particular de los grupos de poder político y económico.

La investigadora Alma Rosa Alva de la Selva ha estudiado el desarrollo del modelo de radiodifusión en México y dice al respecto:

Desde los inicios de la radiodifusión mexicana, la participación de las emisoras llamadas 'culturales'... ha sido minoritaria frente a las estaciones comerciales, que saturan el medio con sus mensajes y captan el mayor número de radioescuchas... El funcionamiento de la radio se ha apegado a un modelo en el que el manejo del medio se considera como campo natural del sector privado y en el cual el Estado ha participado de manera minoritaria... El Estado mexicano se ha visto periódicamente obligado a legitimar su poder frente a los industriales de radio y televisión, quienes debido a su injerencia en el avance e incremento de los recursos tecnológicos propios de la información colectiva sostienen una posición hegemónica frente al Estado. (Alva de la Selva, 1982: 42, 43, 56).

En México, históricamente, la alta concentración y hegemonía de la radiodifusión comercial, su complicidad con los gobiernos en turno y la élite política y empresarial se ha reflejado en contenidos que buscan grandes audiencias y rentabilidad. Salvo excepciones de ciertos contenidos, en el modelo comercial mexicano la producción y la difusión de la programación han estado sujetas a la rentabilidad, *rating* y éxito comercial, pero no tanto a la responsabilidad ética de las emisoras con la sociedad. Tanto la radio como la televisión han abierto y cerrado la discusión sobre asuntos públicos a conveniencia de los grupos de poder a los que representan y exaltan los valores y aspiraciones de una sociedad vertida en el consumo. Por otra parte, ha habido apatía constante de gran parte de la población para señalar los abusos del mercado audiovisual.

Sólo algunos sectores más activos de la sociedad manifestaron descontento desde hace varias décadas. Esto dio lugar a un debate entre algunas fracciones de distintos grupos sociales sobre la responsabilidad social de los medios electrónicos, el vacío jurídico que existía para regular a las grandes empresas de comunicación y la ausencia de definición jurídica para legislar los medios no comerciales. Inicialmente participó un pequeño sector reducido de académicos y políticos.

Fátima Fernández considera que tanto acontecimientos nacionales como internacionales motivaron esta discusión: "Uno fue la reforma política de 1977, cuya

discusión sobre el derecho a la información se realizó entre febrero y agosto de 1980, el otro la publicación del Informe MacBride... presentado por la Comisión Internacional de Estudios sobre Problemas de la Comunicación y adoptado por la XXI Conferencia General de la UNESCO. El Informe, que propuso el concepto de ‘nuevo orden mundial de la información y la comunicación’, fue probado por los 153 países asistentes a la citada conferencia, incluido México” (Fernández, 2002: 120-121).

El debate se postergó en la siguiente década y atrajo la atención de otros periodistas, académicos y especialistas en medios en la década de los noventa. Sin embargo, los esfuerzos de estos grupos no tuvieron consecuencias para regular condiciones más equitativas de los medios de comunicación; principalmente, porque se tropezaron con la falta de voluntad política de los gobiernos en turno y con el poder alcanzado por las empresas de radiodifusión comercial.

Al cambio de siglo, al enfrentar los excesos de la concentración y los contenidos de poca o nula utilidad social difundidos por la radiodifusión comercial, cada vez más ciudadanos fueron valorando la necesidad de fortalecer el servicio público en la radiodifusión estatal y cultural; esto dio lugar a que la discusión se ampliara entre más sectores de la sociedad: grupos de periodistas, especialistas en medios, académicos, realizadores, organizaciones civiles nacionales e internacionales; unos cuantos políticos empezaron a introducir el tema en sus agendas sin que se convirtiera en el principal; varios usuarios de las radios estatales, estudiantes, entre otros ciudadanos, se fueron acercando al tema con mayor seriedad. En el debate, el Estado mexicano no fijó una postura para definir el servicio público.

En el 2000, la alternancia de poderes en el Gobierno federal, liderado por el Partido de Acción Nacional (PAN), generó ciertas expectativas de cambio en la estructura de medios de comunicación audiovisual entre algunos sectores sociales más escolarizados e informados. Sin embargo, una vez al mando del Poder ejecutivo, lejos de atender a los reclamos de la sociedad y garantizar la transformación de la estructura de los medios, especialmente la de la radiodifusión estatal, apoyó al mercado audiovisual, particularmente a Televisa y Televisión Azteca. El respaldo dio pie a que estas empresas televisivas cometieran abusos en la operación de sus concesiones; ejemplos de estos privilegios fueron:

1) El decreto presidencial del 10 de octubre de 2002.—Los ciudadanos mexicanos amanecemos en medio de un albao legislativo emitido por el Poder ejecutivo, en el cual se decretaba un acuerdo presidencial sobre el manejo del 12.5 por ciento de los Tiempos de Estado y un nuevo reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión. Pero en realidad el Gobierno federal ignoraba con dicho decreto el trabajo que se había venido realizando con la iniciativa de reforma integral de los medios electrónicos del 2001.

2) *Ley Televisa*.—El primero de diciembre del 2005 un nuevo anuncio sorprendió a unos sectores de la población. Trescientos veintisiete diputados votaron a favor por unanimidad, una minuta dictaminada y aprobada en siete minutos, para reformar las leyes de Telecomunicaciones, Radio y Televisión.¹ Fueron cuatro meses de intensos debates entre la sociedad. Incluso medios gubernamentales como Radio Educación, IMER y el Canal Once se opusieron públicamente a la minuta. En contraparte, la CIRT, Televisa y otras instituciones beneficiadas por la ley, a la cual se le llamó la *Ley Televisa*, hicieron lo propio a través de una campaña en sus televisoras y radiodifusoras. El ejecutivo expresó abiertamente que se mantendría al margen de la discusión.

Éstas y otras circunstancias dieron lugar a que ciertos sectores de la sociedad organizada, algunos miembros de la clase política e incluso distintos medios estatales hicieran pública su posición y profundizaran la discusión sobre la situación jurídica y normativa de los medios estatales: El debate en torno a la *Ley Televisa*; la negligencia del gobierno panista para garantizar la pluralidad y diversidad en los medios audiovisuales; los excesos de los dueños de los medios privados; las promesas de campaña que había hecho el presidente, Vicente Fox, sobre la transformación de los medios de gobierno en medios de Estado; foros organizados por medios estatales, y la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral del Marco Jurídico de los Medios Electrónicos por iniciativa de Gobernación establecida el 5 de marzo de 2001 (Ortega, P., 2005). A través de dichas situaciones, quedó evidente, desde distintas perspectivas, la importancia de que en nuestro país hubiera una presencia más fuerte de medios estatales con una vocación de servicio público.

¹ Para Javier Esteinou, “dicha propuesta, no consideró ninguna de las más de 18 mil propuestas presentadas en los últimos 40 años por intelectuales, partidos políticos, académicos, sociedad civil, especialistas,

Particularmente, estaciones estatales, como Radio Educación y el IMER, jugaron un papel más activo en el debate. Estos actores se cuestionaron sobre la necesidad de tener un servicio público de radio que contribuyera al bienestar social y al desarrollo cultural de los mexicanos; también, en demandar una estructura más equitativa de medios. El debate se centró sobre todo en el desarrollo del marco jurídico; asimismo, fue trascendental la discusión en torno al rol que jugaban las radios estatales que aspiraban a cumplir con el perfil de servicio público: cómo éstas podían promover la participación social; tener una legislación que las incluyera; un modelo de financiamiento que permitiera su autonomía con respecto al gobierno y los grupos de poder económico; en cómo se insertarán a la transición digital; entre otras cuestiones.

Este punto de referencia fue razón primordial para centrar nuestro análisis en el primer sexenio presidencial del siglo XXI. Fue un momento histórico muy significativo en la vida nacional que nos incitó a querer retratar una etapa previa a la emisión de una ley que fue aprobada en el 2014 y que garantiza lo anterior. Era necesario decir desde una mirada académica cómo se había transitado a la promulgación de la ley. Esto nos permitiría organizar la discusión histórica sobre los medios estatales en México y entender una nueva etapa histórica para el desarrollo de los medios estatales del país y su relación con el Estado y la sociedad.

Durante el sexenio de Fox (2000-2006), un sector de periodistas, académicos y especialistas de los medios inmersos en el debate, centraron el eje de la discusión en demandar al Poder ejecutivo y legislativo que hubiera condiciones equitativas con el fin de desarrollar el servicio público en la radiodifusión estatal y un reconocimiento jurídico a otros medios distintos a los comerciales. El *servicio público* no gozaba de naturaleza jurídica en la Ley federal de radiodifusión. Pero, al mismo tiempo, el debate reflejaba que en el país había un entorno sociopolítico para desarrollar el servicio público de radiodifusión: 1) Cambios institucionales hacia la transición democrática; 2) la existencia de una amplia estructura de medios del Estado; 3) algunas radiodifusoras estatales daban cabida a expresiones diversas de la cultura, a una agenda informativa que presentaba ángulos de análisis y temáticas distintas a la comercial, así como los criterios éticos y el manejo de valores sociales; también desarrollaron un estilo de producción radiofónico diferente a aquél de la radio comercial y consiguieron tener presencia entre sectores

plurales de la sociedad, entre otras condiciones que se analizarán a lo largo de este trabajo.

En este debate se dejó de lado, en gran parte, la contribución que estos medios habían hecho en la construcción de un referente de programación con utilidad social que, en la práctica, cumplía con ciertos principios del servicio público, como se verá más adelante. Por tal motivo, era importante revalorar lo que estos medios habían sido para algunos grupos de la sociedad y la influencia que podían tener en caso de ser valorados por el Estado y la sociedad.²

Lo más importante es que, desde principios de este siglo, se intensificó el debate sobre el papel que debía y podía tener la radiodifusión pública en la construcción de nuestra democracia. En ese contexto, las radiodifusoras estatales fueron enfáticas en autodenominarse como radios con vocación de servicio público y fueron conscientes de la importancia que podían tener en la construcción e institucionalización del servicio público.

La radio estatal y cultural, entre ellas Radio Educación, Radio UNAM, Radio Universidad de Guadalajara y algunas emisoras del IMER, como Horizonte, eran ejemplos de estaciones, cuya propuesta de programación era diferente a la de la radio comercial a principios de este siglo. A pesar de en ocasiones ser presas de los intereses políticos de quienes las dirigían o de los gobiernos en turno, desde el siglo XX, habían construido una audiencia leal; se habían acercado a distintos grupos de la sociedad para discutir temas que no se tocaban en el cuadrante comercial o que si lo hacían, se llevaba a cabo de forma parcial y superficial.

Hasta aquí, hemos identificado algunos hechos que describían la situación de la radio estatal en México a principios del siglo XXI, los cuales podemos resumir en los siguientes puntos: 1) Hubo una constante inconsecuencia del Estado mexicano en relación con las radiodifusoras estatales. Algunos gobernadores en turno creaban emisoras, luego las dejaban en el olvido presupuestal o las usaban para sus propios fines políticos y partidistas. 2) No había voluntad política por parte de los gobiernos para

² El debate, entre este sector, se centró en discutir sobre la ausencia de una ley que definiera las funciones y responsabilidades del servicio público de radiodifusión en México y cómo había dejado a los medios, que pertenecían al Ejecutivo y al gobierno de los estados, a la decisión de los intereses de los gobiernos en turno.

legislar el servicio público u otorgar a las radios autonomía política y jurídica que les permitiera independencia con el gobierno o buscar fuentes alternativas de financiamiento al erario público. La discusión sobre la reforma de ley para medios públicos no había sido históricamente una prioridad dentro de la agenda política de los gobiernos y las legislaturas. 3) A pesar que habían esfuerzos por parte de algunos grupos y organizaciones sociales, no hubo una respuesta que involucrara a una gran franja de la sociedad; tampoco hubo en la creación de leyes que respaldaran la difusión del servicio público como garante del bienestar social. 4) No obstante que hubo un desarrollo desigual de las estructuras de la radio comercial y estatal, en ese momento se contaba con un amplio número de radios sin fines de lucro.

Dentro de la estructura de la radio estatal, Radio Educación había jugado un papel muy importante, porque había cumplido una función cultural y social que la convirtió en un referente de utilidad social para los escuchas; había sido una de las estaciones que se definía a sí misma como radio con vocación de servicio público. Desde principios de los setenta, los realizadores de Radio Educación habían intentado atender a públicos más diversos y habían transmitido una agenda noticiosa y cultural en la que se trataban contenidos distintos a aquéllos escuchados en otras emisoras. Como se verá más adelante, a principios de este siglo, sus contenidos se fueron fortaleciendo y sus realizadores fueron participando activamente en el debate sobre la necesidad de aumentar la presencia de la radiodifusión estatal en México. Estas acciones le fueron dando a la estación legitimidad institucional frente a ciertos grupos de la sociedad.

En el debate nacional sobre el servicio público, desde la perspectiva de algunos académicos y políticos, Radio Educación se percibía como una emisora que había hecho esfuerzos por ser un ejemplo de radio estatal que tenía una programación con orientación de servicio público y que intentaba asemejarse al ideal de radio pública. En Radio Educación se transmitían contenidos de utilidad social que promuevían principios (como pluralidad cultural y política, y diversidad a lo largo de la barra programática). Se trata de una emisora que era financiada por recursos públicos sin fines de lucro. Radio Educación contribuía cotidianamente a construir una audiencia crítica y una expresión cultural diversa a lo largo de los años; a mantener cierta independencia política y editorial con el

gobierno, a la construcción de la noción de servicio público al reflejar estos principios y características en su programación.

El planteamiento de estas premisas apuntaban a reconocer que Radio Educación había ayudado a desarrollar principios y valores de servicio público en su quehacer diario; también a que probablemente ampliaba las condiciones de la discusión en la vida pública. Algunos realizadores y funcionarios de Radio Educación se sumaron en el debate mediante la participación en foros y eventos internacionales, la realización de propuestas concretas sobre el papel de estos medios, la demanda de mejores condiciones de trabajo y la necesidad de legislar el servicio público de radiodifusión. De aquí que era necesario explicar cómo Radio Educación definía la noción de servicio público y cómo lo entendía en su quehacer cotidiano. Asimismo, era importante describir las relaciones que la emisora había establecido con el Estado y la sociedad en un contexto neoliberal, y en qué medida había buscado atender a diferentes grupos sociales del país, especialmente a las minorías sociales.

Este trabajo no soslaya la importancia del debate en torno al sustento jurídico para la radiodifusión no comercial que se agudizaba durante el sexenio de Fox. Pero pone mayor énfasis no sólo en rescatar a qué se le nombraba radiodifusión con vocación pública en nuestro país y el papel que cumplía en esos momentos; sobre todo propone hacer un análisis que permita evaluar el papel que jugaban estas radios estatales en la sociedad mexicana desde las funciones que se consideraban debía tener un medio público. Asimismo, era interesante conocer el papel cultural y político que tenían estas radios para algunos sectores de la sociedad y la forma en que estos medios contribuían a pesar de las condiciones adversas (hegemonía de la radio comercial; un Estado que privilegiaba el uso comercial de los medios sobre el uso social y la indefinición jurídica).

A pesar que Radio Educación no contaba con algunas condiciones como un régimen jurídico que definiera este servicio y garantizara su autonomía, queremos evidenciar que sí desarrollaba ciertos principios y funciones del servicio público que se manifestaban desde la consolidación de su programación y que contribuían a su edificación. Estas características se habían conformado desde décadas atrás y se habían fortalecido en la primera década del siglo.

Radio Educación se podía enmarcar en el corpus de investigación. Por consiguiente, aunque en este trabajo nos enfocaremos en la programación, la estudiaremos con respecto a características y condiciones del servicio público antes mencionadas (financiamiento; estructura; políticas institucionales; marco jurídico). Estos factores determinan, hasta cierto punto, en el modelo de servicio público, las estrategias de programación y la calidad de los contenidos. Al ser la programación nuestro eje de estudio, nos conduce a situarnos en la descripción de los contenidos de la barra programática y en aquellos realizadores quienes producen los programas de radio.

De tal manera, formulamos una pregunta de investigación e hipótesis que se convirtió en el eje de este trabajo:

¿Cómo contribuye Radio Educación a la construcción de la noción del servicio público en México en la primera década del siglo XXI?

- Es el contenido de los programas radiofónicos la principal característica que define al servicio público de radio, porque a través de contenidos de utilidad social el medio puede ofrecer las herramientas necesarias para fortalecer la identidad de los ciudadanos, hacer ejercicio de la libertad de expresión y tener acceso a la información pública.

- Se pueden encontrar características de la función de servicio público en la barra programática de Radio Educación, debido a la calidad de la información y la función social que cumplen sus contenidos.

- La barra programática de Radio Educación tiene ciertos rasgos de servicio público, porque en gran parte de los contenidos se orientan valores públicos (como el diálogo y la discusión) y valores sociales (como la justicia, tolerancia y democracia), los cuales contribuyen al bienestar social, cultural y educativo, y al fortalecimiento de la identidad ciudadana de los escuchas; además contribuyen a ampliar la discusión del espacio público.

- La barra programática de Radio Educación cumple con determinadas características de la función del servicio público, porque en ella se promueve la diversidad y pluralidad cultural y política.

- A pesar de que no existía una legislación que respaldara el cumplimiento de la función del servicio público en México, el desarrollo de la programación y los esfuerzos

en la producción contribuyeron a fortalecer las características de la función del servicio público en los contenidos programáticos de Radio Educación.

El planteamiento de la pregunta-hipótesis, nos permitió delinear el *objetivo general* de la investigación: explicar cual ha sido la contribución de Radio Educación en la construcción de principios y valores que constituyan la noción de servicio público de radio.

Asimismo, dirigió a delinear los *objetivos específicos*:

- explicar la función del servicio público de radio en el neoliberalismo;
- explicar la transformación de la participación del Estado en el espacio público en las condiciones del neoliberalismo;
- describir experiencias internacionales sobre el debate académico del concepto del servicio público de radiodifusión;
- identificar las características de la noción del servicio público en distintos contextos internacionales en el marco neoliberal;
- definir el servicio público de radio a partir del debate académico sobre el concepto de lo público;
- explicar la función social de la programación de Radio Educación y la noción de servicio público desde el imaginario social de los realizadores.

En un plano más amplio, pretendíamos que los objetivos ofrecieran elementos para analizar, a través del estudio de la programación en Radio Educación y del trabajo de producción de los realizadores, cuál era la contribución de Radio Educación al desarrollo cultural de la zona metropolitana y la ampliación del debate del espacio público sobre la construcción del servicio público de radio.

Junto con el encuadre de las hipótesis y objetivos, se resolvió la *delimitación* de nuestro objeto:

Estudio de la construcción de la utilidad social de los contenidos y principios que constituyen la función del servicio público en Radio Educación en el siglo XXI. Para llegar a ello, se realizó un análisis de la barra programática transmitida del 17 al 23 de octubre de 2005. El trabajo se abordó desde una perspectiva teórico-conceptual del

espacio público y servicio público, y un análisis metodológico descriptivo y cualitativo/interpretativo.³

A partir de esta delimitación, se fue delineando el abordaje del objeto de estudio:

1) El problema conceptual de la noción de servicio público—Después de formular la pregunta de investigación y las hipótesis, abordar el tema se convirtió en una ardua tarea a lo largo de la investigación. En primer lugar, porque hablaríamos del servicio público, un concepto definido de distintas maneras y cuyo significado cambiaba de acuerdo al contexto en el que se desarrollaba.

Esta situación nos llevó a problemas conceptuales que tuvimos que resolver en cada etapa de la investigación. Por ejemplo, cómo referirnos a Radio Educación: una “radio estatal”, “radio cultural”, “radio de servicio público”, “radio oficial”, etc. Las referencias hechas por periodistas, especialistas de los medios, políticos y trabajadores de Radio Educación sobre la estación son tan diversas, como si el servicio público se tratara de un adjetivo de una radio oficial o gubernamental, como si hoy pudieran tener una función y mañana otra de acuerdo a las condiciones determinadas por el gobierno en turno e incluso el mercado. Lo cierto es que Radio Educación se gestó en un principio como una radio educativa y cultural, y fue considerada parte del sistema estatal de radios del país. Sin embargo, a través de los años la estación ha mostrado un mayor compromiso con la sociedad y realizado funciones sociales que van más allá de apoyar la educación formal como inicialmente fue concebida en 1968 por el Estado.

Consideramos entonces que la manera apropiada de referirnos a ella sería como una radio estatal con vocación, aspiración, orientación o enfoque de servicio público. El término radio estatal es uno que define a Radio Educación como un sistema de radiodifusión sin lucro que es propiedad del Estado y que se diferencia de los intereses de la radio comercial; el término nos evitaría confusiones. Para Radio Educación, en el periodo estudiado, su función social era informar, educar, entretener y difundir la cultura, y para ello pretendía transmitir contenidos de utilidad que reflejaran principios como la pluralidad cultural y política y la diversidad. Si bien estos rasgos son propios del servicio

³ Aunque la investigación se centró en un espectro local, es posible que tanto el planteamiento como los hallazgos de esta investigación inviten al diálogo para entender al servicio público de radiodifusión en otras ciudades, como Guadalajara, donde se exhibe una mayor fortaleza en sus sistemas de radiodifusión no comercial.

público de radiodifusión, a lo largo del trabajo no podíamos adelantarnos a afirmar que Radio Educación era una estación de servicio público, porque hay otras características aparte de los contenidos que determinan a dicho servicio.

2) El estado de la cuestión—En México y en otras naciones se han hecho trabajos importantes relacionados con el tema del servicio público de radiodifusión, los cuales han sido referencias esenciales para orientar el pensamiento de este trabajo académico. Rebeil y Alva de la Selva (2000) sistematizan la información sobre el desarrollo de la radio no comercial en México en donde se discute la situación de la radio estatal. Asimismo, Romo (1990) describe el desarrollo de la radio estatal en el país. Winocur (2002; 2007) ha estudiado la contribución de la radio en la conformación ciudadana y en la ampliación del espacio público. Ortega, P. en México (2002; 2007) ha identificado las características del servicio público y definido la noción como rasgo principal de los medios públicos de radiodifusión. Su trabajo lo han concebido en la televisión, pero igualmente ha aportado elementos trascendentales que pueden ser aplicados a la llamada radio pública; especialmente porque la relación de la TV pública con la sociedad y el Estado tiene características similares a la de la radio pública.

Otros trabajos que estudian el tema de Radio Educación son aquellos de Pi Orozco (2001) y las memorias editadas por Radio Educación (2008). La investigación empírica de Navarro y Villanueva (2008) aportan también información invaluable sobre la normatividad de los llamados medios públicos en México, entre ellos Radio Educación.

Gran parte de las posturas sobre el debate, desde la perspectiva de distintos grupos sociales, acerca de los medios públicos han sido sistematizadas en publicaciones editadas por el Congreso de la Unión, instituciones académicas y fundaciones internacionales. De ahí se han editado trabajos que integran planteamientos de diversos especialistas nacionales e internacionales y experiencias de trabajadores de los medios públicos, así como propuestas de funcionarios públicos (Solís, 2000; 2002; 2005). Algunas de estas deliberaciones incluyen discusiones puntuales acerca de Radio Educación.

Los trabajos de Esteinou (2001; 2005; 2006) han ofrecido una visión crítica que ha sido retomada para esta investigación, pues ha analizado la relación de los medios

estatales con el Estado y la sociedad. Asimismo, ha rescatado el potencial sociopolítico de estos medios para el desarrollo democrático del país.

Cisneros (2007); Keane (1997); Ortega, F. (2004); Ortega, P. (2006); Rabotnikof (1995) son autores quienes, desde la economía política crítica y la filosofía, han estudiado a fondo la transformación del espacio público en las sociedades contemporáneas y el papel de los medios de radiodifusión pública en el espacio público. Sus postulados fueron trascendentales para entender cómo el servicio público de radiodifusión continúa siendo un garante importante del Estado para ampliar la discusión en el espacio público en las primeras décadas del siglo.

Después de estudiar el papel del servicio público de radiodifusión en el plano ideal, algunas visiones internacionales que discuten la transformación del servicio público de radio en distintas partes del mundo, proveyeron insumos conceptuales necesarios para conocer cómo se constituía la noción del servicio público en el marco del neoliberalismo. Entre ellos se encuentran los estudios de Bustamante (2001); Tremblay (1988); Fuenzalida (2000; 2002), Ortega, P. (2007) y Serrano (2006). No obstante que las naciones sobre las que debaten tienen sistemas políticos diferentes al nuestro, discuten cómo el servicio público, promovido desde la radiodifusión pública, ha enfrentando problemáticas como la diversidad, pluralidad política y cultural, participación, autonomía política y financiera, entre otras.

3) El abordaje metodológico—El desvanecimiento de fronteras entre las disciplinas de las Ciencias sociales en las últimas décadas ha enriquecido el entendimiento de los fenómenos complejos. En particular, estudiosos de la comunicación se han acercado a sus objetos de estudio a través de metodologías, técnicas y perspectivas teóricas que pertenecen a la Psicología, Sociología y Antropología, entre otras. Como resultado, muchos científicos sociales han utilizado un modelo interpretativo y de casos, y no uno únicamente teórico basado en elementos históricos. En tiempos recientes, la teoría ha optado por “referentes empíricos” por encima de lenguajes abstractos o, en otras palabras, se explica a partir de la interpretación de datos obtenidos de las experiencias individuales relatadas por los sujetos sociales que participan en un determinado estudio. En la investigación de las Ciencias sociales, las vivencias de los sujetos sociales deben ocupar un sitio central como reconocimiento de su papel dentro de prácticas sociales

(Cornejo, 2007). Por ello, el trabajo de campo en esta investigación partirá de un estudio que abarca la observación, entrevistas semiestructuradas y la descripción estadística.

Hemos dicho que en este trabajo nos interesa estudiar primordialmente cómo se reflejaba la función social y principios del servicio público en los contenidos de Radio Educación para conocer cómo el medio contribuía a la construcción de la noción del servicio público en México en la primera década del siglo. Aquí privilegiaremos el debate desde la mirada de los realizadores de la emisora. No profundizamos en las otras características (como el financiamiento) y condiciones (estructura de la organización; políticas institucionales, marco jurídico) que determinan el servicio público. Sólo analizaremos su impacto y relación con la programación.

El trabajo lo organizamos en cuatro capítulos. En el primero, “La transformación del Espacio público en el neoliberalismo”, se ubica la parte teórico-conceptual. Persigue explicar los conceptos que utilizaremos en la investigación; también cómo el servicio público de radiodifusión contribuye a potencializar la discusión del espacio público, ya que es a través de este servicio que el Estado amplía la discusión de los asuntos públicos en la sociedad. Por lo tanto, se discuten algunas características de los cambios del espacio público en el neoliberalismo, las cuales responden a transformaciones económicas y políticas de las sociedades contemporáneas. Estudiar la evolución del concepto del espacio público en el neoliberalismo es esencial, porque el objeto de estudio de esta investigación se enmarca en este momento histórico. En el contexto neoliberal, el Estado (particularmente en México) ha reducido su participación en asuntos de la vida pública, los cuales son primordiales para garantizar bienestar social. De aquí que, instituciones culturales, como la radio pública, las cuales en varios países europeos y norteamericanos han ofrecido el servicio público, han tenido que ajustar su papel en el espacio público para fortalecer su servicio y satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de sociedades cada vez más complejas.

En el segundo capítulo, “La noción de servicio público de radio en el neoliberalismo: el debate internacional”, definimos el concepto de servicio público. El capítulo está dividido en dos partes: En la primera explicamos el debate sobre el concepto de lo *público* a principios del siglo XXI y hacemos un recorrido sobre el debate en diferentes contextos sociopolíticos.

El ejercicio brindó elementos para conocer las características que conformaban el servicio público en distintos contextos internacionales regidos bajo gobiernos neoliberales, y cuáles eran algunos de los problemas a los que se enfrentaban para atender a minorías y mayorías sociales. En la segunda parte, proponemos una definición de la noción de servicio público y jerarquizamos las dimensiones del servicio público que más tarde permitirán evaluar el caso de Radio Educación.

En el tercer capítulo, “Políticas neoliberales y la radio estatal en México”, describimos la relación entre el Estado, Radio Educación y la sociedad desde 1968 para entender cómo Radio Educación contribuía a la construcción del servicio público a comienzos del siglo XXI; justo cuando en el país habían regido gobiernos neoliberales. El recorrido sobre algunos aspectos históricos por la emisora también sirvió para conocer por qué se tuvo la aspiración de ejercer dicha función y cómo se fueron cimentando algunas actividades del servicio público en su programación.

En el cuarto capítulo, “La barra programática en Radio Educación”, intentamos explicar cómo se cumplían las funciones sociales y características del servicio público en los contenidos de Radio Educación y la noción de servicio público que emanaba desde el imaginario social de los realizadores a través de sus actividades de producción. Aquí presentamos los resultados de nuestro trabajo de campo. Pretendemos ofrecer evidencias para evaluar cuáles eran las condiciones de Radio Educación el marco del neoliberalismo y cómo Radio Educación contribuía a ampliar la discusión del espacio público. Particularmente se analiza la función social de los contenidos (función informativa; difusión de la cultura; educativa). Luego otras características de lo público como pluralidad, participación, autonomía editorial. Estas dimensiones fueron tomadas de la definición que propusimos sobre el servicio público en el capítulo segundo.

El estudio de caso se realiza desde el punto de vista del programador del mensaje; es decir, desde la perspectiva de los realizadores de los programas y no de la audiencia. Por ello, en este trabajo era necesario conocer cómo ellos contribuían a producir contenidos de utilidad social, cómo entendían las características de lo público y promovían la participación en los contenidos. En la cotidianidad de las emisoras, los realizadores tienen una gran responsabilidad por aterrizar los principios del servicio público en la programación.

4) Alcances y limitaciones—Todo trabajo de investigación es inconcluso, porque sólo se estudia una parte de una realidad que es cambiante y compleja; la actividad de investigar es una tarea en constante construcción. El presente estudio no es la excepción a esta premisa. En la investigación se dejó de lado ciertos aspectos y faltó profundizar en otros; sin embargo, no fueron impedimentos para dar una respuesta parcial a la pregunta de investigación.

El trabajo tiene varias aportaciones, entre ellas la metodología utilizada para estudiar el servicio público. La investigación abre campo en el estudio del servicio público en México desde esta perspectiva metodológica, porque construye datos empíricos sobre la situación de Radio Educación durante la administración del presidente Fox.

Por otra parte, hemos intentado abordar un tema muy complejo. Salirse de rutinas de pensamiento en las Ciencias sociales implica hacer amalgama con conceptos, técnicas y postulados de otras disciplinas; requiere de explicaciones en las que el investigador se encuentra con limitaciones al interpretar el objeto de estudio y donde fácilmente se pueden cometer errores. Pero éste también es el reto del campo de la Comunicación. Porque al abordar los fenómenos de la cultura desde distintas perspectivas, contribuye a fortalecer un campo que, como lo denominan varios autores, es altamente híbrido (Giménez, 2004); (Cornejo, 2007).

A continuación mencionaremos algunos puntos que faltan por investigar:

- Aquí se ha explicado la función social de la programación en la emisora, pero faltó indagar con profundidad sobre la relación que guarda Radio Educación con las políticas institucionales, financiamiento, estructura de la organización y marco jurídico.

- Estudiar la calidad de los contenidos de la emisora, con el fin de conocer cómo el Estado, la sociedad en general, las audiencias y los comunicadores participan en dicho proceso. Esto permitiría identificar cuál es el interés de la sociedad y cómo traducirlo en contenidos programáticos que beneficien el bien común. Asimismo, ayudaría a elaborar un concepto del término para diseñar especificaciones normativas sobre la calidad de contenidos programáticos.

- Se requiere examinar más sobre la forma en que las características del servicio público se reflejan en la programación de Radio Educación en administraciones

diferentes a la estudiada. Esto nos daría una perspectiva más amplia sobre la función social de la emisora.

- Escoger un corpus perteneciente al 2005, presentó ventajas y desventajas. Por un lado, permitió tomar distancia en la fecha de estudio; por el otro, se dificultó la obtención de algunos datos que ya habían pasado a archivo muerto o bien no estaban sistematizados por la emisora. Hemos aprendido que en México la investigación académica también se restringe porque no hay una cultura en las instituciones públicas y privadas para proveer información a la sociedad. Por ejemplo, los conceptos de transparencia y rendición de cuentas recientemente se han tratado de institucionalizar en México y su sistematización presenta varias fallas y limitaciones. Por lo tanto, en ocasiones tuvimos que quedarnos sólo con la versión de los realizadores. Pero al mismo tiempo, la investigación sienta precedentes para futuros trabajos, porque aporta nuevos datos y elementos acerca de la radio estatal y particularmente de Radio Educación.

Capítulo Primero

1. La transformación del Espacio público en el neoliberalismo

En este primer capítulo se explican las características del espacio público en las sociedades contemporáneas, con el fin de proveer herramientas teórico-conceptuales para poder comprender posteriormente la función del servicio público de radiodifusión en el espacio público. Para ello, se estudiará la relación de cuatro conceptos fundamentales: espacio público; neoliberalismo; Estado y sociedad civil.

1.1 El Espacio público en el neoliberalismo

La apertura del mercado global ha influenciado la transformación del contexto sociopolítico mundial desde la década de los ochenta. En este proceso, los medios de comunicación se han conformado como aquel sector de la industria que hace evidente la nueva relación entre el Estado, la sociedad y el mercado, porque han ido ganando aquellos huecos de poder que deja el Estado.

El investigador español Enrique Bustamante ha observado particularmente el impacto de los cambios políticos, económicos y sociales en la radiodifusión europea tanto privada como pública. Bustamante indica varias razones de estas transformaciones:

En primer lugar, “determinaron la apertura del sector radio televisivo europeo a la iniciativa privada, en ritmos y condiciones diversas según las historias y particularidades nacionales, y de la consiguiente extensión de un régimen mixto de radiotelevisión— pública y privada—por todo el continente” (Bustamante, 2008: 185). En segundo condujeron, a “un proceso de concentración acelerado, vertical, horizontal y multimedia... y por procesos de transnacionalización de los capitales que, comenzando por las redes de pago, [en este siglo] comienzan a ampliarse a toda Europa” (Bustamante, 2008: 185).

Para Bustamante, estas transformaciones también impactaron a la radiodifusión pública europea, estrechamente vinculada antes de los ochenta:

A la concepción del Estado de Bienestar nacido en la posguerra, centrado efectivamente en la protección pública frente a las contingencias materiales (la salud, el empleo o la edad)... que desarrolló la legitimidad estatal para asegurar condiciones de acceso equitativo a la educación, la cultura o la información... como elemento capital de la igualdad de oportunidades y de la participación democrática (Bustamante, 2008: 185).

Los efectos en la radiodifusión pública ocurrieron debido a diversas razones, entre ellas: 1) a la incapacidad de “reacción (de estrategias planificadoras en ocasiones) de los servicios públicos en su necesaria adaptación a un entorno competitivo” (Bustamante, 2008: 189); 2) a la disyuntiva entre estar condicionados al *rating* o a la calidad; 3) al tratar de responder cuáles son los objetivos de los medios de radiodifusión pública ante los cambios históricos (Bustamante, 2008: 189); 4) al sufrir recortes presupuestales en la mayoría de las naciones, han tenido que depender más del poder político (Bustamante, 2008: 186, 192). Además de otros, estos hechos han ocasionado que los medios públicos sean relegados de la escena pública.

La nueva relación emprendida tanto por los medios privados como públicos con el Estado, el mercado y la sociedad ha ocasionado un fuerte impacto en el espacio público—el espacio de la deliberación; porque, a medida que la industria audiovisual se empodera mediante la concentración, acapara el debate social a partir de la lógica de los grupos políticos y económicos a los que representan sus dueños.

Bustamante afirma al respecto que:

Aunque esta concentración genera evidentemente importantes amenazas para el pluralismo... los riesgos no vienen ya sólo ni fundamentalmente para el espacio político ni pueden ser medidos exclusivamente por los indicadores tradicionales, sino para toda la esfera pública en su más amplio sentido, especialmente para la diversidad cultural... (Bustamante, 2008: 192).

Estos hechos han motivado un debate entre varios autores, quienes de distintas ópticas han estudiado la reconceptualización de la noción de espacio público. La investigadora Patricia Ortega es una de las autoras que ha analizado esta reconceptualización; afirma que:

El desarrollo de los procesos de la globalización de las economías, las transformaciones del Estado-nación, la crisis de las instituciones políticas, las reformas democráticas y la desaforada evolución de las tecnologías de la comunicación, son algunos de los procesos que han incidido u determinado cambios en la noción de espacio público, hechos que, desde distintas disciplinas, nos obligan a su reflexión. En el ámbito de las Ciencias sociales, una de las problemáticas que en la actualidad constituye un tema de análisis es el de la reconstrucción de las fronteras entre lo público y lo privado en el marco de las nuevas formas de organización económica y política (Ortega, P., 2006: 23).

¿Por qué abordar el espacio público como punto de partida para entender la construcción del servicio público de radio en México? Para responder a la pregunta es necesario primero definir qué se entiende por espacio público.⁴

El *espacio público* ha tenido características específicas en cada periodo histórico; según la filósofa Nora Rabotnikof, la noción de lo público, como categoría política, ha sido relacionada a tres dimensiones básicas: lo que es *común, visible y abierto* para todos. Lo *común*:

Que atañe a lo colectivo, que concierne a la comunidad, y por ende a la autoridad de ella emanada, contra lo privado como aquello que se refiere a la utilidad u al interés individual... De aquí se desprende la relación de lo *público* con lo que emana del pueblo y la referencia a la autoridad colectiva al Estado... Lo que es *visible* y se desarrolla a la luz del día, lo manifiesto y ostensible contra aquello que es secreto, reservado, oculto: lo que no puede verse, aquello de lo que no puede hablarse, que se sustrae a la comunicación y al examen... Lo que es de uso *común*, accesible a todos, abierto contra lo cerrado, aquello que se sustrae a la disposición de los otros... Algunos lugares son públicos (abiertos) porque son de todos (comunes), y por eso las actividades que en ellos se realizan son manifiestas y ostensibles (visibles). Sin embargo, algo puede ser público en el sentido de no oculto o no secreto, por desarrollarse a la luz del día, y no ser público en el sentido de accesible o disponible para todos (Rabotnikof, 1997: 17, 18, 20).

En efecto, la noción de lo *público* no se puede entender en contraposición a lo que es *privado*. Para Ortega, “el binomio público-privado ha sido usado para identificar e interpretar el desarrollo de distintas formas de relación entre Estado, sociedad y mercado” (Ortega, P., 2006: 38). Además agrega la autora que el espacio público es:

Esa esfera intermedia entre la sociedad civil y el Estado que mantiene una relación con lo político pero que no se agota en lo gubernamental. Es una esfera en la que la sociedad mantiene relaciones con el Estado y el Estado con la esfera de lo público (Ortega, P., 2006: 40).

Actualmente diversos autores en el mundo se han interesado en desarrollar nociones relacionadas al concepto de espacio público debido a las recientes

⁴ El concepto de *espacio público* y/o *esfera pública* tiene distintas interpretaciones hoy día, como la de Papacharissi (2002: 11) y Trejo (2009: 5), quienes coinciden al realizar una diferenciación entre las dos definiciones. Particularmente, de las interpretaciones estudiadas en este capítulo por los autores provenientes de la tradición anglosajona, como Kleinsteube (2007), Abercrombie (2006) y Keane (1997), observamos que utilizan la noción de *esfera pública*. Incluso Keane afirma que el espacio público actual, debido a su diversidad y heterogeneidad, se compone por esferas públicas locales, nacionales y supranacionales. El resto de los investigadores hispanoamericanos aquí estudiados optan por el término de *espacio público*: Ortega, F. (2004), (Esteinou, 2005, 2007), (Cisneros, 2003, 2007), Ortega, P. (2006), Rabotnikof (1995, 1997); otros más, como Winocur (2002, 2007), usan estos dos términos como sinónimos. Por lo tanto, en este trabajo, se entenderán las nociones de *esfera pública* o *espacio público* como arenas simbólicas donde diferentes sectores sociales se informan y debaten acerca de los asuntos públicos regionales, nacionales e internacionales.

transformaciones históricas causadas por la revitalización del capital global, el impacto del mercado en la vida política y económica, las migraciones internacionales, el desarrollo tecnológico, entre otros aspectos. Estos cambios han ocasionado nuevas relaciones entre el Estado, mercado y sociedad. Las definiciones de espacio público adquieren un significado particular de acuerdo al contexto sociopolítico de cada país. Desde distintos marcos sociales, autores como Habermas (1996); Keane, (1997); Hanada, (2001); Ortega, F. (2004), han buscado explicar la reconceptualización de la noción de espacio público. La radiodifusión de servicio público, objeto de estudio de este trabajo, será abordada en su relación con el espacio público razón por la cual en este capítulo se ahondará en la discusión sobre cuáles han sido las transformaciones sobre la noción del espacio público en los primeros años del siglo XXI.

Habermas (1996), por ejemplo, elabora la definición en los años sesenta cuando la conformación del espacio público y de las sociedades es diferente a las del siglo XXI. Su visión anglosajona defiende una perspectiva burguesa que domina la discusión sobre el espacio público en la cual no todos los ciudadanos pueden pertenecer.⁵

Por su parte, tanto Keane (1997) como Ortega, F. (2004) observan el papel de los medios de comunicación como actores en la transformación de la política europea en la segunda mitad del siglo XX y con ello su función fundamental en el espacio público. Desde la época de la posguerra, los medios de comunicación cooptados por el Estado logran centralizar la escena de lo público.

Para Ortega, F. (2004), medios de comunicación y espacio público son casi términos indistintos. Hoy en día, la expansión del modelo comercial de medios de comunicación en la Europa socialdemócrata acapara cada vez más la discusión del espacio público. A este proceso, el autor español lo denomina privatización del espacio público. Ortega, F. (2004) magnifica el rol social de los medios y habla del espacio público actual como aquel espacio de la comunicación mediática, “siendo la lógica de ésta la que predomina en, e impregna a cuantas manifestaciones son definidas como *lo público*” (Ortega, F., 2004). Esto se debe primordialmente a que los medios de

⁵ Asimismo, existen huecos en la traducción de su trabajo. Para mayor información se recomienda el artículo de Hans Kleinsteuber: “Habermas and the Public Sphere: From a German to a European Perspective”, publicado en *Razón y palabra*, www.razonypalabra.org.mx, ITESM, núm. 55, 2007.

comunicación han contribuido a la *acción política*—factor decisivo para que exista una democracia, porque es justamente a través de la acción política en donde una sociedad toma decisiones. Para Ortega, F. (2004), el Estado benefactor ofrece las condiciones sociopolíticas y económicas a la ciudadanía para que pueda actuar como sujeto activo. Con ello las discusiones autónomas de los grupos sociales pierden beligerancia política (burguesía y grupos revolucionarios), porque el Estado absorbe el espacio público, mismo que queda vinculado a través de las acciones políticas, en donde los partidos políticos y los parlamentos son sus más fuertes protagonistas. Los medios de comunicación, la prensa y la radio primero, y luego en los años cincuenta la televisión, se instalan paulatinamente en la escena política. Sin embargo, al mismo tiempo, ocurre una dicotomía en los llamados países socialdemócratas de Europa: los medios de comunicación manejan una dosis abundante de información, de la cual se aleja a los ciudadanos. Por el contrario, periodistas, políticos, empresarios y parte de la elite social se inmiscuye. “Ahora el ámbito público, en el que la política debe entrar en competencia con otros actores e instituciones, viene establecido por los marcos de la comunicación mediática” (Ortega, F., 2004: 8).

Hanada incluso habla de un *espacio público global*, pues suma al concepto de espacio público una visión desde la globalización y lo define como una nueva dimensión del capitalismo, cuya característica es una “visualización y espacialización de conciencia, acciones y relaciones sociales en el mundo contemporáneo” (Hanada, 2001: 137).

Cada uno de los autores antes citados, desde su propia perspectiva, reconoce que la transformación del espacio público está ligada a la incursión de los medios de comunicación en el ámbito político y a la relación de éstos con el Estado, el mercado y la sociedad en el mundo actual.

Definición del espacio público global

Tsutsuru Hanada

Nueva dimensión del capitalismo cuya característica es una “visualización y espacialización de conciencia, acciones y relaciones sociales en el mundo contemporáneo”.

John Keane

Lo privado y lo público parecen asemejarse cada vez más dentro del capitalismo global. “Hoy en día se ha vuelto obsoleto el ideal una esfera pública unificada [...] en lugar de ello figurativamente hablando, la vida pública experimenta una refeudalización [...] en la conformación de un complejo mosaico de esferas públicas de diversos tamaños, que se traslapan e interconectan o que nos obligan a reconsiderar radicalmente nuestros conceptos sobre la vida pública y sus términos asociados tales como opinión pública, bienestar público y la diferenciación público-privado” (Ibid.:86).

Félix Ortega

En los regímenes políticos neoliberales, el ámbito privado ha colonizado al espacio público a través de la lógica de mercado. Es aquel espacio de la comunicación mediática. “siendo la lógica de esta la que predomina en, e impregna a cuantas manifestaciones son definidas como público”.

Lenin Martell

Es una nueva forma de organización de la vida pública y una nueva manera de mirar y reconfigurar el mundo, a partir de la revitalización del capital global en una sociedad multicultural. De esa noción, se desprenden varias características que lo describen; aquí solo mencionaremos las que sirven para los fines de esta investigación.

- Existe una minimización de las tareas del Estado, las cuales quedan gestionadas por fuertes grupos empresariales supranacionales, quienes hacen alianzas con grupos políticos en el poder, para beneficiar intereses personales. Además de crear desigualdad social, estos hechos vistos en regímenes políticos neoliberales, como México, fomentan la privatización del espacio público, pues da apertura del mercado sin una regulación jurídica y normativa adecuada, debilita la organización económica y social de las localidades geográficas en donde se instalan los grandes negocios. Entre otras cosas, porque en algunos casos inciden en prácticas de corrupción; hacen fracasar pequeños negocios o generan daños ecológicos con impactos irreversibles para la región.
- En las sociedades multiculturales, no se puede hablar de un espacio público global homogéneo, sino de uno heterogéneo e intercultural, fragmentado en esferas locales, regionales-nacionales y supranacionales que—cuando funcionan como tales—se convierten en incubadoras del cambio social. En estas esferas es también donde se reorganiza simbólicamente la vida pública, ya que conforman una relación temporal-espacial que opera el sentido de la sociedad.
- Asimismo, se experimentan procesos políticos y culturales, como migratorios; alianzas regionales entre Estados-naciones; conflictos interétnicos y políticos como la ocupación estadounidense en Irak.
- Muchos de estos procesos son mediados por redes de tecnologías de comunicación. Con ello el espacio simbólico se reconfigura, pues la relación tiempo y espacio se compacta y el sentido de las acciones sociales adquiere diferentes significados.
- Como consecuencia, nuevos actores sociales se incorporan a la escena de lo público, mientras otros—como algunas minorías étnicas—son en muchos casos excluidos. Entonces, las posibilidades para ponerse de acuerdo entre los ciudadanos sobre la forma en que quieren vivir en conjunto, es más compleja y difícil, pero cuando se logra, se generan cambios sociales determinantes para una comunidad, región o país.
- En esta reconfiguración, los medios masivos, entre ellos la radio, logran ser en ocasiones, mediadores del espacio público global. Esto ocurre únicamente cuando promueven la discusión, el cuestionamiento y la búsqueda de consensos y cuando son incluyentes en su discurso y cuando contribuyen al fortalecimiento de la identidad de los ciudadanos.

Otros académicos—(Esteinou, 2005, 2007), (Cisneros, 2003, 2007), Ortega, P. (2006), (Rabotnikof, 1995, 1997)—se han acercado a la noción de espacio público con relación al contexto sociopolítico de México y América Latina. La visión de estos autores concuerda también en que es un espacio público “dominado por los medios [de comunicación]” (Rabotnikof, 1995: 58).

En México, uno de los autores que ha trabajado con profundidad el concepto de espacio público es José Cisneros:

El espacio público, y sobre todo el espacio público político es donde se expresa el ‘público’ definido por Wright Mills... no como aquel donde una masa asiste como espectadora... El espacio público, y por supuesto el espacio público político, más allá de su delimitación física, es una estructura de relaciones establecidas entre diferentes actores sociales con intereses diversos, e incluso opuestos, que reconocen la necesidad de decidir juntos sobre asuntos que los afectan, y que por tanto acuden a expresar sus respectivas propuestas y visiones del mundo con el ánimo de confrontarlas, complementarlas o incluso desarticular la del adversario, pero con la disposición para llegar a algún tipo de acuerdo que les permita seguir conviviendo con respeto y dignidad.

Participar en un espacio público implica reconocer el derecho del otro diferente, a participar abiertamente con sus propios intereses y sustentos. Las reglas del encuentro en un espacio público las han de proponer y/o aceptar los propios protagonistas de la participación. El espacio físico puede en un momento dado pertenecer a un grupo o individuo inclusive, como es el caso de los medios de difusión, pero no la estructura democrática de relaciones políticas (Cisneros, 2007).

Cisneros afirma que:

Las propias contradicciones de los conceptos mediáticos del ‘nuevo espacio público’ y el ‘nuevo espacio público político’, obligan a buscar otros enfoques... Javier Esteinou, por ejemplo, considera que es necesario reconstruir el espacio público como un territorio *libre, abierto y autónomo*,⁶ puesto que en los medios los asuntos públicos se convierten en cosa de unos cuantos con acceso al medio, es decir, en asuntos privados (como en la Edad Media) (Cisneros, 2007).

Debe ser un espacio *libre*, porque debe ser un espacio *abierto* en el que cualquier ciudadano que esté interesado pueda participar libremente, sin exclusiones, “para expresar su propio pensamiento e incidir realmente en las decisiones que les afectan y que puedan contribuir al bienestar o desarrollo de la sociedad en su conjunto” (Cisneros, 2007). Debe ser *autónomo*, porque el discurso que se construya en aquel espacio público debe reflejar la lógica propia de los actores sociales que lo enuncian; el discurso debe contribuir al ejercicio de la reflexión de los ciudadanos.

Ese discurso que se delibera en el espacio público es una forma de hacer visible al grupo social que debate y expresa aquello que comparte con otros sectores de la sociedad. En el espacio público, los ciudadanos con diversos intereses pueden discutir y reflexionar sobre sus visiones de la vida, resignificar sus representaciones sociales sobre el mundo al encontrarse con otros y fortalecer su identidad. Al disentir o consensar sobre una acción

⁶ Las palabras de Javier Esteinou fueron pronunciadas en el seminario sobre “Comunicación y democracia: ciudadanía y procesos electorales”, organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación en Ciencias de la Comunicación, CONEICC, en la ciudad de México, en el año 2002.

social, pueden decidir la forma en que quieren vivir en conjunto. Dichos acuerdos deben buscar que los ciudadanos puedan vivir con respeto y dignidad.

En el plano ideal, es un espacio en el que los ciudadanos deben ejercer la democracia y, por lo tanto, debe ser plural y universal. Es en la vida cotidiana donde se debe articular el espacio público, pues es ahí donde nacen los procesos comunicativos y se genera la discusión abierta y los cuestionamientos al ejercicio del poder.

Los autores mencionados coinciden en que los actuales medios de comunicación acaparan cada vez más el espacio público. Pero cabe señalar que la discusión sobre el término no se agota solamente en la función de los medios masivos en el espacio público, existen otras arenas simbólicas en la sociedad que también forman parte de esa esfera. Por ejemplo, hay formas tradicionales de debate público en diversas localidades del mundo que no se acaban en los medios de comunicación: asambleas o sistemas de deliberación, elección y participación en comunidades autónomas. Estas acciones tienen cabida sin la mediación política de los medios de comunicación y ocurren mediante la participación política de los habitantes de las comunidades.

Para analizar el papel de los medios públicos en el espacio público, la perspectiva de José Cisneros nos ayuda a reflexionar en qué medida la radio contribuye a ampliar el espacio público.

El concepto de espacio público no ha sido estático; ha sufrido transformaciones de acuerdo con la estructura económica y política en el que se manifiesta. En la era del capitalismo, los cambios experimentados han sido particularmente complejos, sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XX. La noción se ha reconceptualizado de acuerdo con las relaciones que el espacio público establece con el Estado, mercado y sociedad. En esta etapa, en la mayoría de los países del orbe se vivió una reestructuración en los sistemas económico-políticos como resultado de los acontecimientos de la Segunda guerra mundial y de los adelantos tecnológicos.

La revolución de la tecnología de la información ha sido útil para llevar a cabo un proceso fundamental de reestructuración del sistema capitalista a partir de la década de los ochenta. En el proceso, esta revolución tecnológica fue remodelada en su desarrollo y manifestaciones por la lógica de los intereses del capitalismo avanzado (Castells, 2005: 40).

Las transformaciones económicas de los ochenta y noventa afectaron a prácticamente todos los países occidentales, las cuales se dieron de diferente forma de acuerdo con las políticas económicas instauradas y a las condiciones sociohistóricas específicas de cada nación. Sin embargo, hay razones comunes que contribuyeron a la transformación de la noción del espacio público en la última parte del siglo XX:

1) La primera se debe a la cada vez mayor complejidad de las sociedades contemporáneas y a la multiplicidad de tareas políticas y sociales que éstas generan al Estado, las cuales le resultan difíciles de regular y de satisfacer el bien común. Por otra parte, la sociedad retrae cada vez más su participación en la vida política. Para Félix Ortega, “existe una ‘despolitización’ creciente de las nuevas generaciones, que se traduce en la apatía y el desinterés político, la escasa participación en las instituciones y en las elecciones, la debilidad del liderazgo político y el desprestigio de la clase política” (Ortega, F., 2004: 7).

2) La interacción directa entre los ciudadanos y los políticos es cada vez menor, por lo que esta relación los distancia de los políticos, periodistas, líderes de la elite social y corporaciones y otros protagonistas que interactuaban en los medios masivos de comunicación. Los ciudadanos se apartan de la política y, como consecuencia, se quedaron al margen de lo público. Esto se explica, porque, al no haber ciudadanos que participen en las acciones políticas, el ámbito político queda fuera de lo público, porque es necesario que la ciudadanía participe en el debate social. De este modo, se queda una agenda política pública establecida por los medios de comunicación y los actores restantes de la política, donde sobresalen los intereses privados de los grupos de poder.

3) A finales de los ochenta, el proceso de globalización—sobre todo en los países industrializados—permea las estructuras políticas y económicas, minimizando el poder del Estado en las decisiones políticas, para quien las leyes del libre mercado en ocasiones resultan más fuertes que su poder de decisión. Los políticos, en su mayoría, impulsan políticas que benefician al grupo en el poder y a sus propios intereses privados. Los medios de comunicación son utilizados para estos fines, mientras que los ciudadanos se alejan de esta manera del ámbito político. Los medios acaparan cada vez más el debate en el espacio público y excluyen de la discusión a amplios sectores de la población.

En la década de los ochenta, el capitalismo se revitaliza dentro de un esquema global, cuyo eje político-económico será a partir de entonces el *neoliberalismo*. En esta investigación se entenderá al *neoliberalismo* como aquella extensión contemporánea del capitalismo, caracterizado por la reducción del poder del Estado y con ello el de sus instituciones. Es una fase del modo de producción capitalista que intenta implantar una sola forma de ideología y de ver el mundo, desde la base de una economía de mercado global. En otras palabras se impone como visión totalizadora de gobernar, desde el ámbito de lo doméstico y cotidiano hasta modelos macroeconómicos y políticos.

Para la investigadora, Mariana Calvento, años más tarde, el neoliberalismo se convierte en “un pensamiento único”:

En la década de los noventa el pensamiento neoliberal se constituyó en la corriente de mayor consenso entre los sectores e instituciones financieras internacionales influyentes. El mayor consenso provino tras la caída del comunismo en Europa oriental y en la Unión Soviética. Al parecer la única opción de oposición en la economía de mercado, el capitalismo neoliberal se instaló como la única alternativa viable. De ahí que se le bautizara con el nombre de ‘pensamiento único’ (Calvento, 2006: 42).

En el contexto del neoliberalismo, la presencia del Estado en el espacio público disminuye mientras crece la influencia de otros grupos empresariales nacionales y multinacionales, los cuales hacen alianzas con grupos políticos y económicos en el poder, para beneficiar el interés privado.

El investigador estadounidense Dan Schiller (2007: 3) ha estudiado esta relación en corporaciones mundiales como American Express, General Motors, McDonnell Douglas y General Electric. La expansión de estas multinacionales desde los ochenta se debe en gran medida a la diversificación de sus productos, para lo cual empresas dedicadas a la información han sido cruciales para aumentar sus ganancias y tener injerencia en el debate público. Según Schiller:

En los años ochenta los satélites se empezaron a utilizar para interconectar instalaciones computarizadas en los periódicos—*Wall Street Journal*, *USA Today*, *Toronto Globe and Mail* y el *Financial Times*—con el fin de cosechar ingresos provenientes de mercados nacionales y transnacionales (Schiller, 2007: 13).

Estos nexos se han observado en naciones como Estados Unidos, cuyos gobiernos trazados por el neoliberalismo, han fomentado la privatización del espacio público, pues han dado lugar a la apertura del mercado sin regulación jurídica y normativa adecuadas. Schiller expone al respecto que, en Estados Unidos, “la liberalización ocurrió como un

hecho de estrategias de acumulación privadas más que un servicio público” (Schiller, 2007: 112). Este hecho, ha contribuido a debilitar la organización económica y social de las localidades geográficas en donde se instalan los grandes negocios (Ortega, F., 2004); entre otras cosas, porque en algunos casos inciden en prácticas de corrupción, hacen fracasar pequeños negocios o generan daños ecológicos con impactos irreversibles para la región.

En otras regiones del mundo, en Europa central, por ejemplo, los cambios en la noción de espacio público en el contexto neoliberal se produjeron debido a la reestructuración del capital y al fenecimiento del socialismo. El capitalismo se quedó como la forma económica y política dominante de organizar al mundo; se abren las fronteras y la economía de las naciones se organiza en regiones, en lo que hoy día se conoce como la Unión Europea.

El investigador británico, David Hesmondhalgh (2008), en su libro, *The Cultural Industries* explica cómo se dio este proceso en Europa. En el Reino Unido, en particular, fue uno de los países impulsores del neoliberalismo a principios de los años ochenta, cuando Margaret Thatcher fungía como primera ministra. Thatcher defendió la lógica del mercado mediante una reestructuración jurídica que permitiera la privatización; quitó las barreras regulatorias que el entonces Estado benefactor había puesto durante la posguerra para garantizar el interés común de la sociedad. En otros países, como Alemania y Francia, hubo menor privatización de servicios públicos (transporte; electricidad; correo; etc.)

Alrededor de los años ochenta, tras el afianzamiento del capitalismo en casi todas las naciones, los países se conjuntan en bloques económicos y políticos más que en ideológicos. Asimismo, se reconfiguran los procesos migratorios de personas e insumos, motivados—en parte—por el avance tecnológico, invasiones territoriales o luchas étnicas; los movimientos sociales en China o la ex Yugoslavia en los noventa son un ejemplo (Martell, 2006). Cabe notar, que estas transformaciones fueron graduales y ocurrieron de diferente forma dependiendo del contexto sociopolítico y cultural de cada país. Como consecuencia, el espacio público entra en una fase que obedece a las reglas del innovador orden económico mundial y que se extiende hasta nuestros días.

Otro aspecto importante que tiene que ver con la transformación del espacio público en el neoliberalismo se encuentra en el *ámbito político*, debido a su influencia en el espacio público. Lo político hace la diferencia entre lo público y lo privado; es desde lo privado—y del seno de la familia u otras instituciones socializantes como la escuela o la iglesia—donde lo político se empieza a articular, porque es ahí donde “se crean condiciones favorables para crear un clima de discusión y consenso, que es precisamente lo que caracteriza a cualquier espacio público” (Ortega, F., 2004: 9). Esto pasa a través de las acciones cotidianas, en las cuales las relaciones de poder, por ejemplo, se entretienen simbólicamente y, donde la discusión, entre las personas, adquiere lugar. Es desde estas instituciones privadas, donde se forman las opiniones sobre los asuntos públicos, y es aquí en donde tradicionalmente los ciudadanos en el pasado solían insertarse en la vida política. Esto implicaba que, una vez que la política regulaba un asunto de carácter privado, se podía convertir en público, porque era socializado por medio de redes y asimilado por los miembros de una comunidad. De esta forma, el asunto se hacía visible y se llevaba a una discusión pública, y así era como lo político era el ámbito único y trascendental para diferenciar lo privado de lo público.

Este proceso—privado-político-público—ocurre todavía en el seno del neoliberalismo, aunque, a medida que la política ha cobrado un significado diferente en la escena del capitalismo, lo público ha quedado debilitado. De modo que, estas articulaciones que se transformaban en una esfera pública, a través de lo político, quedan en muchas ocasiones relegadas en la memoria de los grupos sociales o narrados como espectáculo por los medios de comunicación. Se diluye la esencia de lo político y “compite” con secciones de la agenda de los medios de comunicación, la cual dictará lo que es político, o si un asunto político se convierte en uno propio del espectáculo o de lo judicial, etc.

Félix Ortega explica esta situación de la siguiente manera: “el ámbito público, en el que la política debe entrar en competencia con otros actores e instituciones, viene establecido por los marcos de la comunicación mediática” (Ortega, F., 2004: 8). Es la misma agenda mediática la que contribuye a desvanecer lo político y a definir su nueva noción de acuerdo a sus intereses de poder. Así es cómo los medios también confinan el interés de los ciudadanos en la política.

Si la política—pieza fundamental del espacio público—se transforma en una actividad del *marketing* político, lo público automáticamente se debilita. Félix Ortega explica que:

...Se ha ido pasando a otro tipo de política, la electoralista que ha sustituido la ideología por el *marketing*, el partido por los expertos electores y la movilización por la comunicación política. El escenario público ya no es ahora el de los partidos, el parlamento o las masas en acción (Ortega, F., 2004: 7).

Es a través de este proceso que la lógica de lo privado invade a lo público sin que haya intervención de la política. El hecho adquiere mayor relevancia, porque la discusión se vuelve efímera y se escasean las posibilidades de buscar acuerdos en una sociedad de masas. Dicho escenario, tiene varias consecuencias, entre ellas, las fracturas sociales a mediano y largo plazos, además del conflicto mismo. Ésta es una de las características fundamentales del espacio público en el contexto neoliberal.

Para entender el papel de la política en la transformación del espacio público en tiempos del neoliberalismo, recapitulemos cuatro cuestiones:

1) La política hoy día, en los llamados países occidentales, no se entiende sin la participación de los medios de comunicación, los cuales deciden qué es política y que no. De este modo, aquel relato político que no se ajuste a la lógica de los medios de comunicación difícilmente puede ser incluido en el discurso de los medios.

2) La política en el espacio público cada vez más se ve mediada por los intereses privados de los grupos en el poder político y económico, cuya lógica se antepone al interés colectivo que el ejercicio de la política debería representar.

3) El mercado es aquella arena que influye decisivamente en definir qué es lo privado y lo público, “y a convertir la política en una instancia patrocinadora de meros intereses privados” (Ortega, F., 2004: 9); es un campo que no tiene responsabilidad, pues le importa obtener las máximas ganancias; le interesa que el individuo consuma mas no que participe. Como consecuencia, la discusión se esfuma o existe con ciertas características impuestas por el mercado a través de la agenda mediática, y con ello la política se deslegitima.

4) La crisis de lo político ha conducido a la reconfiguración del espacio público, el cual se ha vuelto más heterogéneo y complejo. Es un espacio que restringe su apertura y libertad del discurso en el momento que excluye de la discusión a numerosos grupos

sociales, quienes no pueden hacer visible sus propuestas y visiones del mundo; los asuntos que se exponen no son comunes para todos sino para un ciertos grupos de poder. Asimismo, estas condiciones restan autonomía al debate, porque una élite política y económica es la que lo dirige y acapara. La recomposición del espacio público ha sido también resultado de la reestructuración de los Estados-naciones a partir del movimiento del capital en el mundo.

Las causas de la crisis de la política no sólo se reflejan en el plano discursivo. Patricia Ortega añade a la crisis de lo político en Europa otras razones, las cuales tienen que ver con “la disminución de la presencia pública del Estado frente a la cada vez mayor privatización de muchas de las áreas de servicios que antes se encontraban sometidas a regulación estatal. Estas áreas (transportes, comunicación, educación, etcétera) tienden a ser cubiertas por empresas privadas, grandes corporativos trasnacionales u otras formas asociativas” (Ortega, P., 2006: 24). Otro argumento que sustenta la autora es “el amplio cuestionamiento de la eficiencia de las políticas públicas del Estado-nación en la procuración de justicia social y de bienestar público... [y] la deslegitimación de los sistemas de representación social y política” (Ortega, P., 2006: 24).

Los cambios económicos y la crisis de lo político transformaron el papel del Estado de bienestar social en la socialdemocracia y con ello incidieron en la dinámica del espacio público; particularmente, en aquella relacionada a las instituciones de la cultura, como los sistemas de radiodifusión pública. De acuerdo con el investigador inglés, John Keane, desde la primera parte del siglo XX:

El ideal de la esfera pública ha sido vinculado con la institución de radiodifusión de servicio público, al cual se le considera que tiene una afinidad electiva con la vida pública y constituye la mejor garantía para la supervivencia de ésta, en una era de capitalismo consumista y organizado por el Estado (Keane, 1997).

Durante ese periodo, los Estados más organizados política y económicamente—sobre todo aquellos de las democracias sociales, como el Reino Unido—son una fuerza política en la sociedad que garantiza la existencia de lo público. Otorgan derechos civiles (libertad de expresión, reunión, opinión), los derechos políticos (derecho al voto) y los derechos sociales (educación, deporte, cultura, medios de comunicación públicos). Se trata de un Estado benefactor que ofrece las condiciones sociopolíticas y económicas a la ciudadanía para que pueda actuar como sujeto activo. Con ello las discusiones autónomas

de los grupos sociales pierden beligerancia política (burguesía y grupos revolucionarios). El Estado predomina en el espacio público y los grupos sociales quedan vinculados a las acciones políticas, en donde los partidos políticos y los parlamentos son sus más fuertes protagonistas.

Los medios de comunicación, la prensa y la radio primero, y luego en los años cincuenta la televisión, se instalan paulatinamente en la escena política (Ortega, F., 2004) y logran centralizar la discusión de lo público. Como consecuencia, los medios se circunscriben a una constante reconceptualización en tanto que algunos sectores de la población empiezan a cuestionar la función de los medios de comunicación en la sociedad. En esta época, también existe una despolitización de las masas caracterizada por una escasa participación en las elecciones e instituciones; el liderazgo político se debilita y los políticos se desprestigian (Keane, 1997).

Al mismo tiempo, ocurre una dicotomía en la mayoría de los países Europeos: los medios de comunicación, especialmente las corporaciones mediáticas, manejan una dosis abundante de información que no le sirve al ciudadano común para resolver tomar decisiones en la vida pública. Por el contrario, periodistas, políticos, empresarios y parte de la élite social se inmiscuyen en la actividad informativa de los medios.

De acuerdo con Keane (1997), en las sociedades del mundo occidental, no se puede hablar de un espacio público homogéneo, sino de uno heterogéneo e intercultural. En él se experimentan procesos políticos y culturales, como los migratorios; alianzas regionales entre Estados-naciones; conflictos interétnicos y políticos. Muchos de estos procesos son mediados por redes de tecnologías de comunicación. Con ello el espacio simbólico se reconfigura, pues la relación tiempo y espacio se compacta y el sentido de las acciones sociales adquiere diferentes significados. Como consecuencia, nuevos actores sociales se incorporan a la escena de lo público, mientras otros—como algunas minorías étnicas—son en muchos casos excluidos.

En el plano ideal, las posibilidades para ponerse de acuerdo entre los ciudadanos sobre la forma en que quieren vivir en conjunto, puede ser más compleja y difícil, pero cuando se logra, se generan cambios sociales determinantes para una comunidad, región o país. En este escenario, los medios masivos, entre ellos los de radiodifusión pública, pueden ser, en ocasiones, canales de información y comunicación que amplían la

discusión del espacio público y ser incluyentes en su discurso. En este sentido, contribuirían a la construcción de la ciudadanía. Además, en un espacio en el que la radiodifusión comercial ha acaparado el debate público, los medios de radiodifusión pública deben hacer contrapeso al papel que juega la mayor parte de la radiodifusión comercial en la sociedad y enriquecer el espacio público, contribuyendo así a la construcción y consolidación de la democracia.

1.1.1 La transformación del espacio público en América Latina

Aquí se ha afirmado que el neoliberalismo, como forma de gobierno, se ha desarrollado en cada país de acuerdo al contexto sociopolítico determinado. También se ha explicado cómo el neoliberalismo ha generado condiciones mediante las cuales se han reestructurado las relaciones entre el Estado, el mercado y la sociedad, y la relación política de estos tres en el espacio público.

Hay un amplio debate sobre este tema desde diversas disciplinas sociales. Autores como José Luis Calva (1999), Alma Rosa Alva de la Selva (2006), Mariana Calvento (2006) han estudiado cómo el neoliberalismo tomó forma en América Latina y coinciden en los sucesos sociohistóricos que detonaron su punto de partida. En varias naciones de esta latitud, las políticas económicas neoliberales fueron puestas en marcha en las últimas décadas del siglo XX y tuvieron efecto en prácticamente todos los aspectos de la vida social. Aunque las experiencias de los gobiernos neoliberales en cada uno de ellos fueron diferentes, su pasaporte de arribo a esta región está estrechamente ligado a cuestiones económicas materializadas durante el Consenso de Washington en 1989: El Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial organizaron un encuentro en el que participaron funcionarios del Departamento de Estado de Estados Unidos, dirigentes de países industrializados, presidentes de bancos internacionales, entre otros tomadores de decisiones. Al término del evento se acordaron un conjunto de recomendaciones que se emitirían a los países endeudados a la hora de negociar nuevos préstamos. Con estos lineamientos económicos, también se introduce una corriente de pensamiento que implica que los países cuya economía es emergente organicen su vida social bajo una lógica propuesta por los organismos y naciones occidentales más desarrolladas. Este proceso también afecta directamente “el cambio del patrón productivo, que pasa de ser un modelo sustitutivo de importaciones a ser uno de apertura de la economía” (Calvento, 2006: 48).

Entre las imposiciones económicas del FMI a los países deudores se destaca:

La disciplina fiscal; disminución del gasto público; recaudación impositiva sobre la base de la extensión de los impuestos indirectos, especialmente el IVA; liberación del sistema financiero y de la tasa de interés; mantenimiento de un tipo de cambio competitivo; otorgar amplias facilidades a las inversiones externas; realizar una enérgica política de privatizaciones de empresas públicas; cumplimiento estricto de la deuda externa; derecho a la propiedad, el cual debería ser asegurado y ampliado por el sistema legal (Calvento, 2006: 48-49).

El Consenso de Washington determinó la forma en que se dirigiría la economía mundial haciendo énfasis en los intereses del mercado y de la propiedad privada sin preocuparse por regular la distribución de la riqueza y el buen desempeño del Estado al proveer bienestar social. De modo que la responsabilidad del bienestar quedaría en manos del individuo y con creciente disminución de la participación del Estado; las políticas sociales se enfocarían en asistencia social marginal y estarían dirigidas, sobre todo, a los grupos más desfavorecidos. Los costos sociales de esta nueva asignación de la riqueza fueron graves, porque se fue abandonando paulatinamente las políticas sociales del modelo desarrollista que habían fomentado el fortalecimiento del mercado interno, inversión pública en infraestructura social (construcción de escuelas, hospitales, vivienda con capital público y privado) y en consecuencia la movilidad social. En comparación con las entonces nuevas instrumentaciones neoliberales de los ochenta, las políticas sociales se habían entendido como “una dimensión de la inversión y no del gasto” (Calvento, 2006: 51), lo cual le había otorgado al Estado, en países como México y Brasil, relativa legitimidad social en amplios sectores de la sociedad. “El modelo desarrollista, en su conjunto, consiguió entre 1960-1980 que la población en condiciones de pobreza se redujera de 51 a 33 por ciento de la población total en América Latina” (Calvento, 2006: 51), esto a pesar de los movimientos sociales y altos niveles de corrupción en distintos gobiernos, en los que México no fue la excepción.

Pero las causas de la sustitución del modelo desarrollista por el neoliberal no sólo se debieron a las dinámicas del capital global. A nivel interno, el fuerte proteccionismo y dependencia al sector industrial exportador hizo también empresas ineficientes, corruptas y de alto costo para la sociedad que limitaron la competencia en el mercado interno, estructuras oligopólicas y, en algunos casos, precios inapropiados (Calvento, 2006). Además, durante la década de los setenta, el implacable autoritarismo aplicado por

diversos Estados para apaciguar el descontento social expresado por diversos grupos de la población, fue factor fundamental para que en las siguientes décadas se le diera punto final al modelo desarrollista. Era claro que la sociedad de aquellos años pedía una reorientación en las políticas económicas y sociales, pero no unas dirigidas al beneficio del sector privado, reguladas por el mercado y no por el Estado. Como consecuencia, la aplicación de las políticas neoliberales en las siguientes décadas condujo, por una parte, al crecimiento económico en la región pero, por la otra, a una mayor inequidad en la distribución de la riqueza e injusticia social, en donde los programas sociales, como aquellos culturales y sociales, quedaron bastante relegados.

Aunque la región experimenta dichas transformaciones hasta la década de los noventa, la adopción de la ideología neoliberal—como la llaman algunos autores—en México se remite una década antes. De acuerdo con la investigadora Alva de la Selva (2006), el modelo desarrollista que se había aplicado en México por tres décadas, inició su viraje hacia el neoliberalismo en 1976, “con la firma de la primera carta de intención de México con el FMI y el Banco Mundial” (Alva de la Selva, 2006: 151).

El manejo deficiente y abusivo de las finanzas públicas durante el sexenio de López Portillo, acrecentado con los ingresos provenientes del petróleo, impulsó también el cambio gradual de dirección de las políticas económicas. Pero es hasta finales 1982 que el nuevo modelo es puesto en marcha con el comienzo del gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado. La crisis económica de aquel año fue el punto de referencia para que el gobierno argumentara la modernización de la economía en donde se pretextaba la incapacidad del Estado para “regular la economía y los mercados” (Alva de la Selva, 2006:, 152) frente al creciente “déficit público, el alarmante deterioro del sector externo, la fuga de divisas, la inflación y caída del producto nacional” (Alva de la Selva, 2006: 157). La otra razón de fondo era la presión del capital financiero internacional para gobernar con dicho modelo y la decisión de la élite en el poder para acoger la ideología neoliberal como nueva forma de acumulación del capital.

Para autores como Calva (1999) y Alva de la Selva (2006), esta primera etapa—de transición—hacia el neoliberalismo se alarga casi una década hasta 1987, con lo que se le da carpetazo a aquel modelo iniciado en los años veinte con el término de la Revolución mexicana. La fase de “pleno despliegue” es liderada por el siguiente

gobierno, el de Carlos Salinas de Gortari, quien con el estandarte del “Pacto de Solidaridad Económica” le da aún más vigor a la ideología neoliberal, la cual continuará vigente hasta el siglo XXI.

Desde entonces, el Estado mexicano desplaza su función como proveedor del bienestar social; o bien, comienza a abandonar su papel como *Estado benefactor*, el cual, de acuerdo a Abercrombie, “es un sistema económico y político empleado especialmente por los países europeos-socialdemócratas durante la posguerra y que en algunos casos se extiende hasta nuestros días. Es aquel gobierno que tiene la responsabilidad de velar por el bienestar de sus ciudadanos—función que no la puede conferir a particulares, corporaciones privadas o comunidades locales. Los Estados benefactores usualmente protegen a la gente de la pobreza por medio de beneficios como el desempleo, otorgamiento de créditos de instituciones del Estado para las familias, asistencia económica para trabajadores con menores recursos y sistema de pensiones; proveen educación y atención médica gratuita, y, en algunos casos, vivienda pública. Estos servicios son financiados por fideicomisos o impuestos de los contribuyentes” (Abercrombie *et al.*, 2006: 418).

El Estado mexicano había desarrollado la función de Estado benefactor por varias décadas al aplicar políticas que habían fomentado la creación de infraestructura de bienes de servicio público. México intentó emular dicha forma de gobierno entre las décadas de los cincuenta y setenta aunque no logró los alcances políticos, económicos y sociales de países europeos como Alemania o Francia. Por ello, algunos autores (Garza, 1988) reconocen a esta función de *Estado benefactor* más como un *Estado social autoritario*.⁷ El politólogo mexicano, Luis Salazar, explica que dicha transición tuvo que ver:

Con la naturaleza peculiar del sistema autoritario mexicano que, a diferencia de otras experiencias, nunca fue ni una dictadura personal o militar, ni tampoco un sistema totalitario... Se trató de un sistema que desde sus orígenes se cobijó bajo las formas constitucionales de un régimen republicano, representativo y federal capaz de realizar sistemáticamente elecciones y sobre todo capaz de posibilitar una circulación de las élites sustentada en la no reelección absoluta del presidente de la República... La clave de este sistema fue el partido prácticamente único, verdadero partido del Estado, forjado desde y

⁷ De acuerdo con Enrique de la Garza Toledo, en su libro *Ascenso y crisis del Estado social autoritario* (1988: 29), “Estado social autoritario no significa otra cosas que Estado social incompleto, incapaz de basarse en las concesiones a los dominados y en la institucionalización de la lucha de clases. Estado social en general no significa ausencia de coerción, Estado social autoritario no significa ausencia de consenso. En el caso mexicano, lo autoritario tomó la forma de control organizacional y jurídico de los agrupamientos de las clases dominadas por el Estado.

para el poder concentrado en manos del titular del poder ejecutivo federal (Salazar, 2005).

Salazar destaca además otras características de la relación autoritaria PRI-gobierno:

1) Se mantuvieron instituciones débiles caracterizadas por ser corruptas y dependientes de la “disciplina corporativa autoritaria de la maquinaria priista

2) “El poder se centraba en el presidente quien tomaba las decisiones en el único responsable de todo lo que ocurría o no ocurría en el país...

3) “Este presidencialismo extremo pudo funcionar y dar la impresión de contar con un Estado fuerte justamente porque su lógica autoritaria era perfectamente compatible con una economía cerrada, subsidiada, capaz de agregar y articular intereses muy desigual y discrecionalmente distribuyendo todo tipo de privilegios a los diversos sectores de la población. Pero cuando esa economía cerrada entró en crisis forzando a realizar reformas, ajustes y privatizaciones; cuando crisis recurrentes condujeron entonces un cambio radical y atropellado del modelo económico, no sólo comenzaron a aparecer fisuras y conflictos crecientes en la gran coalición priista, sino que se comenzó a poner en evidencia el desprestigio y la debilidad inmensa de todas las instituciones públicas.

4) “Lo estatal y lo público, asimilados a lo autoritario, a lo corrupto e ineficiente, se opusieron así a lo privado, a lo eficiente y lo libre e incluso a lo democrático y ‘ciudadano’” (Salazar, 2005).

Con dicho desplazamiento como Estado benefactor, también se ven afectadas las instituciones que brindan servicios públicos. Congruente con la filosofía neoliberal, la responsabilidad de la protección social fue cedida en parte al sector privado, cuya élite tendría amplia decisión en el control, regulación y destino de dichas organizaciones de servicio público.

1.2 Los actores del espacio público: Estado, medios y sociedad civil

Aquí se ha explicado la noción de espacio público a partir de las relaciones entre el Estado y la sociedad y cómo éstas se han transformado en el neoliberalismo. También se ha mencionado que los medios de comunicación han ido ocupando los vacíos de poder que ha dejado el Estado, porque su presencia en la vida pública es cada vez menor.

Patricia Ortega afirma que:

Muchas de las decisiones que corresponderían al Estado y a sus instituciones en un modelo de democracia representativa, hoy están siendo tomadas por los grandes corporativos internacionales, por los conglomerados empresariales transnacionales y los espacios privados... Como lo ha señalado el politólogo Roberto Gutiérrez: 'los vacíos de poder tienden siempre a llenarse'. Y es ahí donde crece la influencia de otros actores sociales como 'los poderes fácticos legales o extralegales que han contribuido a la relativización del Estado de derecho'(Ortega, P., 2006).⁸

Uno de esos actores son los medios de comunicación.

Es por ello que el concepto de espacio público en el neoliberalismo se entiende a partir de los vínculos que han establecido el Estado, medios de comunicación y sociedad. Antes de ahondar en cómo se da esta relación, es importante definir al *Estado*.

La noción de *Estado* ha sido abordada desde distintos enfoques. El concepto que aquí se retoma es aquel propuesto por Alejandro Serrano (2006), quien ha estudiado el tema del papel del Estado en el espacio público con profundidad. Su perspectiva se finca en el hecho de que el Estado el deber organizar el debate en el espacio público y tiene el deber de garantizar y diversificar los canales de comunicación pública para que los ciudadanos puedan ejercer su derecho constitucional a la Libertad de expresión y el Derecho a la información. De este modo, aquí entendemos al *Estado* como aquella entidad conformada por los poderes ejecutivo, legislativo y judicial, y que ejerce autoridad en un territorio limitado. El primero es el gobierno; el segundo, los grupos de políticos que representan a los ciudadanos, y, el tercero, las leyes que vigilan a los anteriores y a las instituciones. El *Estado* es aquel conglomerado de instituciones que gobiernan a un territorio en particular, las cuales tienen la capacidad de generar leyes que regulan la conducta de la gente dentro de un determinado espacio geográfico. Para poner en marcha las leyes, se requiere de la fuerza legítima del Estado. La gestión de éste, se respalda mediante los ingresos derivados de los impuestos. Dicha actividad le compete al *gobierno*, cuyo conjunto de personas administran estos recursos dentro de las instituciones del Estado y en representación de la sociedad para el beneficio común (Serrano, 2006).

⁸ Idea retomada de Roberto Gutiérrez (2006), en presentación pública, en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, el 11 de octubre de 2006.

La globalización ha traído nuevas dificultades para establecer los límites del Estado en las sociedades contemporáneas. Éstas puede ser de dos tipos: territoriales e institucionales. El Estado gobierna un territorio en particular, pero la globalización hace que los gobiernos disminuyan el control sobre las actividades dentro del territorio. Por ejemplo, las empresas comerciales operan a escala internacional y pueden trasladar sus recursos de Estado a Estado de acuerdo a su voluntad. Las actividades de los mercados internacionales pueden totalmente desestabilizar gobiernos, los cuales han perdido control sobre sus propias economías (Abercrombie *et al*, 2006).

Una de las características del comportamiento del capital a nivel mundial es que no tiene solidaridad con los ciudadanos ni apego a los territorios, por eso la responsabilidad que se tiene hacia los ciudadanos se subordina bajo la conveniencia de los intereses de las personas que mueven al capital. Esto se percibe en medios de comunicación, como en la radio. Los medios comerciales buscan rentabilidad antes que servir al público con contenidos de utilidad social.

En este contexto, el Estado tiende a reducir su interés en el bienestar social—el cual, dentro de los gobiernos neoliberales, se ha entendido como “un gasto social” y no como “inversión social”—ha contribuido a proveer menos servicios públicos a los ciudadanos que impactan su calidad de vida. Esto se ha manifestado en diferentes campos, como la salud, educación, cultura, por citar algunos ejemplos.

La economía de mercado ha motivado cambios fundamentales en la estructura de los sistemas de radiodifusión, lo cual ha hecho redefinir su función social y con ello el concepto y cumplimiento de la noción de servicio público; definición que nos interesa abordar en este trabajo.

Los medios de comunicación y, particularmente, los modelos de radiodifusión pública de los países socialdemócratas de Europa, como el Reino Unido y Alemania, han tradicionalmente fungido como mediadores de esta tensión de poder mediante la generación de debate en sus contenidos. La tarea no ha sido fácil para estos sistemas, pero en lo general se han caracterizado por distanciarse del gobierno y ofrecer otro tipo de contenidos. Asimismo, algunos de los Estados en estos países se han replanteado la importancia de recuperar su papel como garantes del espacio público y han empezado a

poner en práctica políticas para tener más influencia en las instituciones sociales, entre ellas las de radiodifusión pública.

Los efectos del neoliberalismo en la radiodifusión de servicio público son vastos; las reglas del mercado relegan su función y el Estado replantea su relación con este tipo de instituciones y, en general, con el servicio público. El hecho se manifiesta directamente en la difusión del *servicio público* en los diferentes sistemas de comunicación pública, particularmente la radio.

En este contexto, se busca entender a la radio de servicio público en su relación con el *espacio público*. Los contenidos programáticos de la radio de servicio público pueden contribuir a construir ciudadanía; orientar valores sociales universales; favorecer el interés general; enriquecer la vida social y cultural; fortalecer la cohesión social y la identidad nacional, entre otras funciones (Serrano, 2006). En el plano ideal, los ciudadanos pueden realizar estas acciones comunicativas en la radio, a través del debate y la participación en los programas, y la toma de decisiones que puedan hacer en la vida pública a partir de lo aprendido en los contenidos; con ello, podrían ayudar a ampliar y a potencializar la discusión en el espacio público.

De acuerdo con Patricia Ortega, en la actualidad la radio de servicio público y los medios públicos en general ya no pueden ser entendidos como:

Apéndices del Estado sino como integrantes y amplificadores del espacio público... La televisión [y la radio] son cada vez más un lugar público. Es público en la acepción de lo público como visible para todos... En este contexto uno de los retos de los medios públicos, sobre todo el caso de la televisión, será el de construirse en un espacio de verdadero debate público (Ortega, P., 2007: 44-45).

La transición en la relación Estado, medios y sociedad en el contexto neoliberal se efectuó de manera paulatina y fue diferente en cada país. En el caso de los medios de comunicación en México, ocurrió de forma un tanto diferente a la de otros sectores públicos porque nació como radiodifusión privada en décadas más tempranas a la adopción del neoliberalismo en los ochenta. Tal es el ejemplo de Televisa—empresa que, desde los años treinta, tuvo primero el control de la radio y luego de la televisión a partir de los años cincuenta.

Este hecho dio lugar a la alta concentración de medios privados en años posteriores. A diferencia de otros países de la región, como lo apunta Fátima Fernández,

“el problema de México es que la concentración de los medios electrónicos que en muchas economías comenzó a manifestarse a principios de los ochenta, aquí se dio muy tempranamente” (Fernández, C., 2000: 123).

En México, se acentuó la tendencia a la comercialización en los años ochenta y noventa. El proyecto neoliberal encausado en los recientes gobiernos ha otorgado control a las grandes corporaciones mediáticas, las cuales han acaparado el debate público y han dado visibilidad, ampliamente, a los grupos de élite política y económica. De acuerdo con el investigador Roberto Gutiérrez, “todo parece indicar que el conjunto de las élites políticas se encuentra ubicado ya en un escenario en el que se juzga que no hay éxito ni eficacia posibles si no es acudiendo al recurso mediático” (Gutiérrez, 2005).

En específico, su relación con los medios de comunicación privados ha sido indispensable para que las diferentes esferas de gobierno (federal, estatal y local) y grupos de gobierno puedan legitimar el proyecto neoliberal. Esta relación se ha hecho cada vez más evidente, sobre todo en el transcurso de este siglo; la realidad social, en este país, ha demostrado que la ideología y lógica de esta élite han utilizado a los medios de difusión comerciales para “promocionar” en su programación el éxito de sus acciones sociales.

Para la sociedad mexicana este hecho ha representado un problema de fondo, porque, según señala Patricia Ortega, “el Estado mexicano ha renunciado a tener un papel rector en el desarrollo cultural de nuestra sociedad y ha dejado en las manos del mercado las directrices de este desarrollo” (Ortega, P., 2007: 100).

Los medios comerciales también han presionado al Estado para imponer sus reglas y normas con el fin de que éste los beneficie jurídicamente.⁹ Salvo excepciones, el Estado mexicano, desde los ochenta, fortaleció aún más al poder de los medios comerciales con mecanismos jurídicos, políticos y el respaldo de los gobiernos en turno para fungir como los principales canales de comunicación con la sociedad.

Con este apoyo, dichos medios desprestigiaron a actores políticos que no favorecían su proyecto económico. Varios ejemplos existen al respecto: desde las campañas negativas orquestadas por el Estado y difundidas por el duopolio mediático en contra de Cuauhtémoc Cárdenas en 1999 (Fernández, 2002), o aquellas en contra de

⁹ Véase el Capítulo tercero de este trabajo.

Andrés Manuel López Obrador que se intensificaron en el 2005 con el fin de detener sus intenciones para contender por la presidencia de la República en el 2006 (Esteinou, 2006).

En el año 2000, México experimentó la alternancia en el poder federal después de ochenta años. Vicente Fox, representante del Partido de Acción Nacional—PAN—, se convirtió en el primer presidente de un partido distinto al Revolucionario Institucional. Amplios sectores de la población en México confiaron en el cambio de poder en el 2000 y eligieron al PAN para representar al Estado mexicano; tenían grandes expectativas de cambio político que dieran lugar al fortalecimiento de la democracia (Preston y Dillon, 2004: 17-31).

Particularmente algunos de estos grupos esperaban transformaciones jurídicas y políticas de las instituciones, entre ellas aquellas relacionadas con los medios de comunicación. Sin embargo, el gobierno pasó por alto la creación de una política de comunicación social, la cual pudo haber dado lugar a la inclusión de más ciudadanos en los medios de comunicación, sobre todo en aquellos de estatales. Una política que pudo haber tenido un fuerte impacto en la democratización del espacio público al abrir el flujo de información y al otorgar autonomía a los sistemas de radiodifusión estatales. Por ello, era imperante la puesta en marcha de una política de comunicación que regulara un sistema de radiodifusión más equitativo. Por el contrario, el gobierno de Fox desestimó un proyecto que sentara las bases de un modelo de comunicación pública que interviniera en la transformación del sistema político mexicano.

Al explicar esta etapa, el investigador, Javier Esteinou, observa:

El proceso político de transición pacífica a la democracia que eligió seguir la sociedad mexicana a partir del 2 de julio del 2000, no ha construido en el espacio público mediático nuevas zonas básicas de participación social para que otras fracciones ciudadanas puedan participar colectivamente, vía los medios de información. Contrariamente a lo expresado en la oratoria y en los discursos oficiales, el nuevo gobierno del cambio continúa manteniendo la vieja estructura comunicativa del antiguo gobierno pero maquillada con nuevos colores, barnices y sabores blanquiazules que no han creado las bases para construir un nuevo modelo de comunicación nacional para la creación de ciudadanía o el fortalecimiento de la democracia, sino para reforzar el viejo modelo comunicativo (Esteinou, 2005: 274).

De esta forma, el modelo comercial se fue apoderando del espacio público, en donde a través de los contenidos, salvo excepciones, se han encargado de decidir qué es

lo *público* para los ciudadanos; es decir, cuáles fenómenos son de ámbito “común” y para “todos”.

En vez de fungir como canales de difusión nacional que *abren* la comunicación para los mexicanos, la *restringen* a la participación de actores sociales pertenecientes a las cúpulas de poder. Son éstos para quienes fomentan su *visibilidad social* y les conceden mayor *poder* mediante estas acciones. Para el resto de la población, la expresión de su voz es limitada, generalmente a través de correos electrónicos o como actores referentes en los relatos de las noticias o programas de “debate”; sólo en ocasiones se hace *visible* en momentos coyunturales, en casos de acciones criminales o catástrofes.

Al respecto, Esteinou afirma:

En una idea, la problemática nacional no pasa sustantivamente por los medios electrónicos, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que viven cotidianamente los grupos mayoritarios de la sociedad mexicana. Así, se consolidó un esquema de comunicación altamente unilateral y concentrador, el cual permitió que sólo un pequeño grupo exprese a la mayoría sus puntos de vista y su visión del mundo, y el resto de los grupos mayoritarios se subordinen a su visión e intereses. En este sentido, dichos espacios mediáticos de participación han funcionado más como herramientas de control político y de legitimación del viejo Estado, y no como espacios para la creación y fortalecimiento de la democracia y la civilidad nacional (Esteinou, 2005: 274).

En lo que va del siglo, el Estado mexicano ha ampliado sobremanera la discusión de los verdaderos asuntos públicos en el modelo comercial de radiodifusión; en él se le comunica a la sociedad el rumbo de las acciones políticas y económicas del Estado. Un ejemplo de ello son las declaraciones cotidianas de los políticos en los noticiarios de medios comerciales con mayor *rating* o el Segundo informe de gobierno de Felipe Calderón, donde las cámaras y grabadoras del duopolio mediático (Televisa y Tv Azteca) aparecieron en primera fila.

En tal relación simbiótica entre el Estado y los medios comerciales pululan los intercambios de favores y se promocionan las acciones de gobierno y empresariales aunque a veces se descontextualice o esconda la información. En complicidad con los

gobernantes, el modelo de medios privados en México se ha podido constituir como un poder *fáctico*¹⁰.

Esto ha propiciado la concentración del debate del espacio público en los medios comerciales, lo cual ha ido en detrimento del beneficio de la sociedad en general; porque, al ampliar las dimensiones de la comunicación en el modelo comercial, el Estado debilita otros canales de información pública, como la radiodifusión estatal o arenas de comunicación pública comunitarias.

Esteinou explica que el espacio público se ha transformado radicalmente en las últimas décadas con el ejercicio de los medios de información, sobre todos los electrónicos, lo cual ha fungido como el eje ideológico del Estado mexicano:

La expansión de esta realidad mediática modificó la organización, funcionamiento y fronteras del Estado mexicano y de la cultura nacional creando un nuevo tejido mediático en la esfera del poder que generó al Estado mexicano ampliado... El espacio público se convirtió en una nueva franja de interacción social donde se produjeron fenómenos de ampliación y extensión de las personas, los grupos, las instituciones y del Estado... Esta realidad produjo una gran mutación al interior de la estructura y dinámica del Estado, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entraron en una nueva fase de extensión geométrica que dio origen a una nueva faceta del poder: el Moderno Estado Ampliado (Esteinou, 2005: 267).

Uno de los problemas fundamentales de esta nueva faceta es que la expansión mediática privada limita la construcción de la *sociedad civil*. Los medios comerciales en México han demostrado en su mayoría que el debate que emprenden no es abierto ni común a todos; tampoco es autónomo y sólo le dan visibilidad a los grupos sociales que ellos deciden y cómo ellos deciden.

Si bien se observan excepciones en algunas radiodifusoras del país que logran crear esferas de comunicación que ayudan a dar visibilidad y reconocimiento a grupos de la sociedad civil en el espacio público nacional, se debe en parte a la historia particular de cada una de las emisoras, de la voluntad de sus realizadores y de su relación con la audiencia. Específicamente, estudiaremos más adelante cuál es la contribución de Radio Educación en ampliar la discusión en el espacio público durante el sexenio de Fox.

¹⁰ *¿Qué es un poder fáctico?*—El término se usa para nombrar a aquel poder que, sin tener mandato constitucional, condiciona las acciones políticas del Estado mexicano; se desarrolla en complicidad con las autoridades, y sus organizaciones están estrechamente ligadas con los monopolios público y privados. El duopolio mediático y el narcotráfico son ejemplos de poderes fácticos en México. Véase el artículo de Fátima Fernández, “¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico?”, en revista *Nexos*, abril 2007, 48-53 pp.

Los medios de comunicación son especialmente importantes en el fortalecimiento de la sociedad civil en México y América Latina, porque pueden contribuir a su organización. En la región existen condiciones históricas similares que no han permitido su fortalecimiento; por ejemplo, la pobreza extrema, la desigualdad social y poca capacidad para articularse por parte de los ciudadanos. Para su organización, se necesitan métodos, estrategias, creatividad e intuición, y capital cultural para facilitar redes sociales con otros actores políticos.

Gran parte de las comunidades en esta región no cuentan en ocasiones con el capital cultural necesario, proveniente del ámbito privado (familia, escuela, trabajo). Tampoco existe una cultura de lo público, donde la ciudadanía genera una conciencia de sus derechos civiles; reproduce los deseos para una mejor calidad de vida; aprende a argumentar y a deliberar para generar acuerdos con otros actores políticos. Es decir, practicar la organización para generar el cambio social; sobre todo, aprende a tomar decisiones y a manejar las tensiones naturales que ejercen con el Estado a través de la sociedad civil.

Patricia Ortega, al explicar el por qué del estatus de la sociedad civil en América Latina y su tensión con el Estado, encuentra la respuesta en el intervencionismo estatal:

En los países donde la sociedad civil ha sido más débil, menos organizada, política y socialmente más atrasada, el Estado ha tenido una mayor injerencia e influencia en el espacio público. En muchas naciones de América Latina, por ejemplo, el intervencionismo estatal ha propiciado mayor dependencia de la sociedad respecto del Estado. Esto ocurre sobre todo cuando la organización social ha sido propiciada y dirigida desde el Estado y no desde la sociedad civil misma. Ese intervencionismo estatal no se ha constituido en un Estado social fuerte, por el contrario, se ha tratado de un Estado frágil mediado por la corrupción y la ilegalidad (Ortega, P., 2006: 28).

En el plano ideal, la *sociedad civil* es un actor esencial que participa en el espacio público. No se puede hablar de espacio público democrático sin tomar en cuenta a la sociedad civil. Ante la debilidad de los partidos políticos, es la forma organizada de representación ciudadana ante el Estado.

Habermas afirma que “el núcleo de la sociedad civil es una forma asociativa que institucionaliza discursos en torno a la resolución de los problemas sobre cuestiones de interés general dentro del marco de una esfera pública organizada” (Habermas, 1987; citado en Rabotnikof, 1995: 49).

Es precisamente a través del discurso que se puede reflexionar sobre la vida pública, porque de esta forma la sociedad puede entender problemas y pensar cómo solucionarlos organizadamente; es aquí en donde la sociedad civil adquiere un papel preponderante en cualquier sociedad. La reflexión y la organización de la sociedad civil son elementos claves para la construcción democrática y que revitalizan al espacio público; precisamente, Ortega dice que con esto la política se llena de contenidos simbólicos. “El Estado deja de ser la institución que monopoliza a lo político y cede el espacio público a lo social” (Ortega, P. 2007: 39).

Entre más activa sea la participación de la sociedad civil en el espacio público—el espacio público estará más fortalecido. Además vigoriza un ambiente de gobernabilidad y vida democrática de los países. Por lo tanto es claro que, primero los ciudadanos tienen que decidir si quieren generar iniciativas para organizarse en sociedad civil, y una vez constituida, impulsar cambios sociales.

La sociedad civil puede contribuir a revitalizar el espacio público estableciendo vínculos más equitativos con los medios de comunicación, lo cual no es otra cosa más que tratar de vivir en democracia mediante la práctica de la lógica racional del diálogo entre el Estado y los diferentes grupos de la sociedad. Además, es un camino más para fortalecer los derechos civiles y políticos—condiciones mínimas para que exista la ciudadanía. Pero más allá, es una manera de contrarrestar las disparidades económicas y sociales que ha impulsado el capital global a través de la lógica del libre mercado.

Finalmente, los cuatro conceptos (espacio público, neoliberalismo, Estado, sociedad civil) estudiados en este capítulo nos sirven como herramientas y reflexiones teórico-conceptuales para identificar y situar en posteriores capítulos el contexto en el que se desarrolla la construcción del servicio público de radio en México.

Capítulo Segundo

2. La noción de servicio público de radio en el neoliberalismo

En este capítulo se estudiará el concepto de servicio público. En el primer apartado se discutirá cuál es el debate internacional sobre la noción y se revisará la perspectiva de algunos autores desde distintos contextos sociopolíticos; en el segundo, proponemos una definición propia del concepto.

2.1 El debate internacional sobre el servicio público de radio

El debate sobre el servicio público de radio es diferente en cada país.¹¹ En este trabajo se presentan las experiencias de investigadores de diferentes regiones del mundo (Europa, Norteamérica y América Latina), quienes se han preocupado, desde hace tiempo, por hacer una crítica a la noción de servicio público en sus respectivas zonas geográficas. Este ejercicio analítico permite establecer, a grandes rasgos, los principales ejes que constituyen la discusión internacional sobre la noción de servicio público en el siglo XXI, y sus diferencias y coincidencias en distintas partes del mundo.

Cualquier tipo de servicio público (educación; vivienda; cultura; salud) hoy día se circunscribe en las sociedades contemporáneas como un servicio que brinda el Estado con el fin de garantizar el bienestar de la sociedad y fundamentalmente el del ciudadano. Es a través de éstos que el Estado amplía sus funciones y garantiza a los ciudadanos una mejor calidad de vida, lo que permite impulsar el desarrollo social.

El servicio público de radio es un servicio público tan importante como los otros garantizados por el Estado porque, entre otras cosas, contribuye a fortalecer la identidad nacional, a que los ciudadanos participen del debate público y que hagan práctica de la libertad de expresión.

El servicio público de radio es una noción que adquiere importancia en el Reino Unido y en el norte de Europa a finales de los años veinte, y en algunos otros países de la mancomunidad británica (Canadá, Australia y Nueva Zelanda) en los años treinta.

Aunque es un término que se enclava en el siglo pasado, sus fines están inspirados en los ideales de fraternidad, igualdad y libertad de la Revolución francesa del siglo

¹¹ El concepto de *servicio público de radio* no es lo mismo que *espacio público*; el primero puede ser la ampliación del segundo siempre y cuando se cumplan ciertas condiciones, como los ciudadanos con diversos intereses pueden conversar, a través de dicho servicio, sobre sus visiones de vida.

XVIII—valores que se extrapolan en el siglo XX en diversas naciones del mundo y que constituyen el cimiento en el que el Estado se basa para promover el bienestar social.

Al respecto, Ortega, P. afirma que:

La noción tradicional de servicio público tiene su origen en el pensamiento jurídico francés, el cual tiende a considerar al servicio público como aquel que provee el Estado o una entidad autorizada por él. Históricamente esta noción de servicio público se desarrolló en varios Estados nacionales de Europa que, después de la Segunda guerra mundial, buscaron reforzar su identidad y su sentido de nación (Ortega, P., 2006: 201).

Después de la guerra, algunos países de Europa desarrollaron una economía más avanzada que les otorgó condiciones para poder vivir en un sistema relativamente estable con gobiernos liberales democráticos. Esto contribuyó a que los Estados nacionales europeos impulsaran políticas con el fin de ampliar el bienestar de los ciudadanos. La expansión de los sistemas de servicio público de salud, educación y de la cultura fueron ejemplo del progreso social de los Estados nacionales de esta región.

Estas circunstancias económicas y políticas permitieron que los Estados europeos del centro y norte de Europa consolidaran la expansión de los sistemas de medios públicos. Incluso, en Europa del norte, esto sucedió desde finales de los años treinta.

Los historiadores de los medios en Europa, Pierre Albert y Andre-Jean Tudesq mencionan que:

La radio conoció un rápido desarrollo en Europa del norte: en Dinamarca, el país europeo mejor equipado en receptores; en Noruega y en Suecia, en donde el número de aparatos pasó de 427 mil en 1930 a un millón 226 mil a fines de 1938 (Pierre y Tudesq, 1982: 58).

El surgimiento de la radiodifusión pública en Europa ha sido ampliamente documentado por diversos autores. De acuerdo con éstos, existen algunos hechos que dieron lugar al surgimiento de la radiodifusión en Europa. Patricia Ortega explica, que:

Después de la Segunda guerra mundial, el Estado jugó un papel muy importante en los países de Europa occidental como precursor para generar un ‘espacio estatal homogéneo’. Por un lado, [señala Enrique Bustamante], ‘permitió la expansión y universalización el servicio’ y por otro lado, sostuvo una ‘producción sistemática de programas que hizo atractivo el nuevo medio y suscitó una compra masiva de receptores a precios baratos’ (Ortega, P., 2006: 52-53).

Dichos Estados nacionales se dieron cuenta de la influencia de la radio (y después de la TV) de servicio público en la vida pública y de cómo el difundir el debate político y la información nacional contribuían a popularizar el medio entre los ciudadanos. Los Estados nacionales europeos desarrollaron la radio como un modelo de servicio público

para que atendiera temas de interés público para todas las edades y gustos; asimismo, para fortalecer la unidad e identidad nacional, contribuir al desarrollo cultural y democrático de las naciones, y como sostén de la libertad de expresión. Esto permitió que el modelo de radio pública fuera hegemónico durante varias décadas.

La perspectiva de la información intentaba ser plural tanto en el plano político como en el cultural. Según Albert y Tudesq, “el papel cultural de la radio está subrayado, sobre todo, en Europa; más de la mitad de los programas generalmente está consagrada a la música (conciertos y artes líricas); las emisiones literarias e históricas intentan difundir el patrimonio cultural...” (Albert y Tudesq, 1982: 42).

Los modelos de radiodifusión pública en estos países adquirieron características particulares en cuanto a su relación con el Estado y la sociedad, contenidos y lenguaje; paulatinamente lograron legitimidad en diferentes sectores de la sociedad en la mitad del siglo XX. La mayoría de los Estados nacionales europeos promulgaron leyes o decretos especiales para desarrollar este tipo de medios, lo cual fue una base esencial para que tanto las radiodifusoras como las televisoras obtuvieran autonomía política de los intereses políticos y económicos de los gobiernos. Para Ortega, P., justo:

La diferencia principal entre unos [sistemas] y otros ha estado en la autonomía que en algunos casos han logrado las televisoras y las [radios] respecto del poder político o por el contrario, los casos en los que los gobiernos han ejercido un fuerte control sobre estos medios (Ortega, P., 2006: 54).

La mayoría de los sistemas crearon el canon como la principal forma de financiamiento; es decir, “el pago, por parte de los usuarios, de un impuesto anual que equivale a un abono al servicio recibido” (Albert y Tudesq, 1982: 110). Otra de las características de la radiodifusión pública después de la guerra, especialmente la BBC, fue su responsabilidad cultural y su preocupación por expandir la universalidad del servicio para atender tanto a mayorías como minorías sociales.

Entre las décadas de los años cincuenta y setenta, los Estados nacionales europeos tuvieron un interés especial en que las industrias culturales y—particularmente la radio—contribuyeran al acercamiento de los pueblos de Europa; así apoyaron la radio de Estado.¹²

¹² *¿Qué es una radio de Estado?*—Es un sistema público de radiodifusión, regulado jurídica y económicamente por el Estado. Es un modelo de radio, por el cual el Estado difunde su proyecto de nación,

El desarrollo de la radio de Estado fue distinto y desigual en Europa. En algunos gobiernos, como el francés, se cometieron excesos en el control de estos medios e hicieron que perdieran cierta legitimidad ante la sociedad. Albert y Tudesq explican que esto se debió a que, “en los países donde el pluripartidismo o la inestabilidad hacen difícil el consenso político, el equilibrio es más complicado de encontrar o mantener: los gobiernos están más inclinados a ejercer presiones sobre los medios audiovisuales” (Albert y Tudesq, 1982: 113).

En los países socialistas la situación fue un tanto diferente: la radio fue “un instrumento privilegiado de propaganda estrechamente ligado al partido comunista” (Albert y Tudesq, 1982: 81).

En otras naciones del mundo, como en Estados Unidos, la radiodifusión, salvo excepciones, nació privada y sirvió como un instrumento de entretenimiento, propaganda y orientación al consumo (DeFleur, 1989).

La situación cambió a finales de los años setenta. Los Estados que habían apoyado el desarrollo radiodifusión de servicio público entraron en una larga recesión económica. Sus energías viraron hacia atacar los movimientos sindicales y en aplicar políticas para alejarse de la intervención del Estado en la económica que había prevalecido en el periodo de la posguerra.

Existen discrepancias entre autores sobre las causas del largo declive económico en las naciones capitalistas occidentales. David Hesmondhalgh es uno de los autores quien ha estudiado el papel del Estado y los efectos de la crisis económica en la sociedad durante este periodo y explica algunas de sus características:

Los gobiernos utilizaron gran porción del gasto público para sostener el crecimiento económico. Las negociaciones entre los gobiernos y empleadores no fueron suficientes para mantener los niveles salariales. En 1979, las economías de los países occidentales hicieron permanente estrategias anti-inflacionarias que habían puesto en marcha entre 1974 y 1975. Los recortes en el gasto público y la desregulación llevados a cabo por gobiernos elegidos democráticamente fueron promovidos de medidas emergentes a política permanente (Hesmondhalgh, 2008: 85-86).

promueve la identidad nacional y es un canal de discusión con los ciudadanos. A diferencia de los medios de gobierno, los medios de Estado se deben a los ciudadanos y no a los intereses propagandísticos del gobierno en turno. Sus políticas deben tener una continuidad y no ser olvidadas por la subsiguiente administración. El Estado busca en la radio objetivos concretos, como pueden ser educativos o culturales.

Con estas medidas, también se imponía el *neoliberalismo*—una visión que, en palabras de Hesmondhalgh:

Sustentaba que las necesidades humanas eran mejor servidas por un libre mercado desregulado.

El pensamiento neoliberal tomó formas extremas en el Reino Unido y Estados Unidos en 1979 y 1980 respectivamente. Los gobiernos conservadores de derecha fueron reelectos en 1983 (Margaret Thatcher) y 1984 (Ronald Reagan) a pesar de la creciente desigualdad social y alto desempleo; particularmente porque una minoría influyente en la política y economía se veía beneficiada por estas políticas. Asimismo, porque los grupos de izquierda y sindicatos en Estados Unidos y el Reino Unido, los cuales tradicionalmente habían sido más liberales, se encontraban desorganizados... Las industrias culturales jugaron un papel importante en legitimar las estrategias económicas y políticas de estos gobiernos al estereotipar los fracasos de las organizaciones sindicales...

El dogma del neoliberalismo se expandió hasta países como Nueva Zelanda (1984) y la mayoría de los países capitalistas a finales de los ochenta. Cuando el comunismo estalinista se derrumbó en la Europa del Este, los Estados optaron por el modelo político neoliberal en vez de la social democracia...

El cambio de políticas económicas impactó directamente a las instituciones sociales, en particular a las industrias culturales y su función en las sociedades contemporáneas (Hesmondhalgh, 2008: 86).

El impacto fue evidente en los medios públicos. Patricia Ortega señala algunas razones: Uno, porque habían sido pieza “fundamental en la concepción de un modelo social de comunicación que había tenido muchas bondades en lo cultural, educativo e informativo” (Ortega, P., 2006: 54). Dos, porque, debido a las crisis económicas, hubo:

Pérdida de legitimación social, burocratización, marginación, sectorización y elitismo. Estas situaciones, en menor o mayor medida, se han agudizado con la expansión comercial de los medios audiovisuales y más aún en los últimos años con el acelerado cambio tecnológico y la liberación de los mercados mundiales (Ortega, P., 2006: 54-55).

La mayoría de estos Estados consideraron que, ceder la industria audiovisual al sector privado, atraería más pluralidad y diversidad en los contenidos; porque, entre mayor oferta audiovisual hubiera, se podría atender con mayor alcance las diferentes necesidades de grupos sociales en ascenso, como los migrantes.

La radiotelevisión privada nació regulada como ‘servicio público’ indirecto en muchos países y sujeto también a estrictos controles de autoridades audiovisuales que, a su vez, fueron consiguiendo a veces penosamente su autonomía del poder político como de los intereses comerciales. Es decir, que la desregulación hacia el mercado no fue tampoco homogénea, sino que se reveló más salvaje y desorganizada allá en donde las tradiciones políticas habían conformado servicios públicos más dependientes, débiles e inestables (Bustamante, 2008: 188).

Esta situación se pudo ver más en el Centro y Este de Europa, mientras que el Norte se abrió a la radiodifusión privada en los años ochenta de manera más controlada.

Ante el cuestionamiento social, pérdida de legitimidad de los medios de servicio público y la expansión del mercado audiovisual privado, los Estados socialdemócratas europeos se dieron cuenta de la cada vez menor incidencia de los medios de radiodifusión pública en el espacio público y, por tanto, era necesario aplicar nuevas políticas para fortalecer la pluralidad, autonomía y diversidad de sus sistemas de radiodifusión pública en el contexto del mercado y la competencia.

En este escenario, para Bustamante:

... Los cambios de la radiotelevisión pública [en Europa] no pueden ser concebidos sin la regulación de la privada, sus reformas sin el comportamiento de los competidores privados—por el presupuesto de dinero o de tiempo de los espectadores—, sus estrategias o tácticas frente al nuevo mundo digital sin los correlativos movimientos de los actores de mercado. Y, consecuentemente con ambos aspectos, marcha la creación de autoridades reguladoras, su estructura, su grado de independencia u sus competencias efectivas: control de las misiones del servicio público, concesión de licencias privadas, capacidad de regulación y sanción... (Bustamante, 2008: 186).

Otros Estados en el mundo, como en Estados Unidos, donde el mercado audiovisual privado estaba ampliamente expandido y el modelo público era aún reciente, enfrentaron esta problemática de distinta manera, pues optaron por el modelo de *Public Utility* (utilidad pública) en la década de los setenta y ochenta. De acuerdo con Bustamante, el modelo estadounidense le “separa del modelo europeo su convicción permanente en la bondad y supremacía del libre mercado para gestionar el interés común y la subsidiariedad por ello del Estado en una mera función de arbitraje” (Bustamante, 2008: 186).

La tendencia a la privatización del *servicio público* de radiodifusión en la mayoría de los países occidentales ha conducido a los sistemas de radiodifusión pública a discutir otros asuntos alrededor de lo *público*. Por ejemplo, *¿qué es el bien común y asuntos de interés general en sociedades interculturales?*—Las respuestas han variado de acuerdo a las experiencias particulares y los contextos sociopolíticos de cada país occidental.

Al respecto, Bustamante afirma que, en definitiva, las entidades públicas radiotelevisivas dieron, entre países vecinos, respuestas a

los interrogantes esenciales de la época: a la disyuntiva entre *rating* y calidad, a la pregunta clave de ‘qué objetivos sociales y culturales atribuidos a la televisión requieren una organización de propiedad pública, especialmente mandatada y no comercial, públicamente basada en las amplias necesidades y públicamente responsable’ (Raboy, 1996; citado en Bustamante, 2008: 189).

Este tipo de cuestionamientos ha motivado a estudiosos de los medios a discutir la noción de *servicio público* en la radiodifusión. (Blumler, 1991; Peacock, 1986). En un plano conceptual, el *servicio público* está intrínsecamente ligado con aquéllos de *interés público* y *bien público*. Hay diferentes definiciones al respecto. En este trabajo nos interesan aquéllas las nociones propuestas por los investigadores Denis McQuail (1998) y Alejandro Serrano (2006); ambos autores plantean los conceptos desde la perspectiva del Estado.

- *Servicio público* “es aquel orientado a la satisfacción de necesidades de la sociedad, surgidas con relación al *bien público* y al *interés público* y cuya responsabilidad de prestación, corresponde principalmente al Estado” (Serrano, 2006: 3).

El *servicio público* es un término inherente del *interés público*, porque el primero busca ser un servicio de “amplia disponibilidad” (McQuail, 1998: 27); de interés común a toda la sociedad; abierto y universal; autónomo y libre en su información. Esta definición no sólo toma en cuenta a los medios tradicionales sino a las plataformas tecnológicas de telecomunicaciones. Para McQuail, “cubre gran parte de la actividad de bibliotecas públicas, exposiciones, de la industria de la publicidad y el *marketing*. En otras palabras, es un concepto muy amplio cuya referencia está en constante expansión” (McQuail, 1998: 27).

- *Interés público*, según McQuail es aquel término que se utiliza para designar:

El complejo de los supuestos beneficios informacionales, culturales y sociales para la sociedad en general, que van más allá de los intereses inmediatos, particulares e individuales de los que participan en la comunicación pública, sea como emisores o como receptores...

En ocasiones, el concepto de interés público connota una forma particular de organización mediática, la de ‘emisión de servicio público’ y se invoca en defensa de ese sistema. En realidad hay cierta superposición entre la noción del interés público en la comunicación y la emisión de servicio público, porque la segunda suele definirse con arreglo a los beneficios que supuestamente presta a la sociedad: cobertura universal y apelación a un amplio espectro de audiencia; servicios a regiones y minorías; atención al interés, la identidad y la cultura nacionales; servicios informativos y educativos más allá de los requerimientos del mercado (McQuail, 1998: 27-28).

- *Bien público*, de acuerdo con Serrano, “es aquel que concierne a la colectividad, o que por los valores que encarna tiene una naturaleza universal, con independencia del número de personas que cubra, o que puedan verse afectadas por la trasgresión a dichos valores” (Serrano, 2006: 3).

La naturaleza del servicio público está vinculada intrínsecamente al Estado, porque es la entidad que lo garantiza y establece la relación normativa. Empero no se limita ahí, sino en el cumplimiento de sus funciones, y en la voluntad de la sociedad en general para que éstas se lleven a cabo. Asimismo, en la participación de la ciudadanía en la definición de sus valores y objetivos (Serrano, 2006). Es decir, en la medida en que el servicio público amplía las posibilidades del espacio público y orienta satisfacciones de necesidades sociales de la población, potencializa sus alcances como un bien social.

La preocupación por discutir la noción de *servicio público* no sólo se ubica en el plano teórico. También se relaciona con otros factores, como las transformaciones económicas y políticas que han causado la disminución de la participación del Estado en los asuntos públicos; o bien, factores como la dinámica del mercado y su impacto ideológico en los asuntos públicos que han influido decisivamente en la transformación del servicio público.

Además de estos factores, ante la tendencia de expansión del mercado y la privatización de los medios de comunicación en el cambio de siglo, varios sectores sociales se preguntan cuál debía ser el papel del Estado para garantizar el servicio público frente a las condiciones que impone el neoliberalismo. Condiciones que ya se han señalado como la competencia que enfrentaban los sistemas de radiodifusión pública ante la desregulación y el amplio desarrollo del sector audiovisual privado; los problemas financieros y políticos de los sistemas de radiodifusión pública para transitar al mundo digital o para poner en marcha estrategias de programación creativas e innovadoras que atendieran a minorías y mayorías sociales. Ante las condiciones que imponía el neoliberalismo en la primera década de este siglo, Bustamante explicaba que los medios públicos se enfrentaban a las siguientes condiciones:

- 1) La presión de las autoridades para minimizar la aportación pública, pasando para ello [en el caso de países ibéricos] por el encargo de informes a consultoras de mercado de nula sensibilidad por el servicio público, como Boston Consulting Group... y Deloitte (antigua Andersen Consulting en España...) cuyos diagnósticos economicistas han sustentado reducciones drásticas de personal que, en el caso español, han llegado a suponer la prejubilación masiva del personal de más de 50 años, buena parte de la savia creativa de la radiotelevisión pública (Bustamante, 2008: 191).
- 2) La concentración en grandes grupos y su imperiosa necesidad de altas tasas de beneficios para remunerar a los capitales extranjeros impulsan a una explotación intensiva y acelerada de los productos y servicios culturales y comunicativos, centrada en pocas fórmulas testadas de éxito que configuran una cultura clónica que empobrece cada

vez más el pluralismo cultural. Y cómo esa dinámica va deteriorando en paralelo la ecología insustituible de la creatividad cultural, acabando con la estrategia de catálogo... ahogando a las culturas minoritarias, a las creaciones más vanguardistas, acabando en fin con las canteras tradicionales de innovación... (Bustamante, 2008: 192).

En el debate internacional de principios de siglo, uno de los actores que reclamaba la importancia del papel del Estado para fortalecer la radiodifusión pública fue la propia UNESCO. Este organismo mundial defendió al *servicio público* (de radiodifusión) como un medio para promover:

La libertad de expresión para todos los ciudadanos y la existencia de medios pluralistas, independientes y libres; y por la otra, en su vocación a favor de la educación, la ciencia y la cultura como medios para alcanzar la paz, objetivo final de la organización (Serrano, 2006: V).

La UNESCO hizo hincapié en que, para lograr dichos objetivos, los ciudadanos debían participar en los servicios de radiodifusión para definir sus objetivos y valores, y no sólo dejar que sean propuestos por los gobiernos y el mercado. Porque la radiodifusión de servicio público era un bien de interés social. Además, la ciudadanía es la que “da contenido a la función política y al servicio público y que participa activamente, a través de las instituciones y mecanismos políticos y jurídicos establecidos o por establecerse, en la construcción de su sociedad y la satisfacción de sus intereses” (Serrano, 2006: Vii).

Concretamente, se pusieron en la mesa tres temas fundamentales que ponían en debate lo público y la esencia del servicio público de radiodifusión. Éstos eran: 1) la autonomía de los medios públicos con respecto al Gobierno y al Estado; 2) el pluralismo como condición para que la radiodifusión respondiera a la participación de mayorías y minorías sociales; 3) el hecho de que “a los medios de comunicación pública les “corresponde asumir los grandes temas de las sociedades contemporáneas, como la justicia, la paz, los derechos humanos, la convivencia” (Serrano, 2006: X).

En un contexto económico y político mundial, donde la tendencia había sido disminuir la presencia del Estado en los asuntos públicos, las acciones emprendidas por organismos como la UNESCO habían sido importantes en dos vertientes: En primer lugar, al poner en discusión en la agenda internacional la necesidad de fortalecer el servicio público de radiodifusión como medio para ampliar el desarrollo democrático. En segundo, para presionar a los gobiernos, entre ellos a los latinoamericanos, para que

pusieran en marcha políticas y marcos jurídicos que garantizaran las condiciones que desarrollaran el servicio público.

La discusión sobre el servicio público se siguió ampliando en otros sectores, como el académico. A pesar de que cada vez cobraba mayor interés, la explicación sobre la noción de servicio público era aún escasa. Incluso autores como Peter Lewis (1993), quienes habían estudiado el tema de la radio pública, se habían avocado al estudio del desarrollo de su estructura, pero poco se habían preguntado en sus escritos qué era el servicio público.

Otros académicos—como Enrique Bustamante (2000, 2001, 2008); David Hesmondhalgh (2008); Hallin y Mancini (2004)—habían identificado las transformaciones del servicio público en el seno del capitalismo global y centran sus observaciones en Europa occidental. Gaëtan Tremblay (1988) había articulado la noción de servicio público a partir de la experiencia francesa y norteamericana. Valerio Fuenzalida (2000, 2002) había aportado una visión muy fresca sobre América Latina a partir de sus más de 30 años de experiencia laborando en la televisión pública y como investigador. Finalmente, ya en México, Patricia Ortega (2005, 2007) había trabajado a fondo el concepto en la televisión pública y precisado sus características, mismas que trasladamos al servicio público de radio en México. De las propuestas de estos autores, en este trabajo se retomaron categorías de análisis para elaborar un concepto propio.

2.1.1 El debate inglés

A la entrada del siglo XXI, la BBC era un ejemplo del modelo de servicio público para el mundo, porque había demostrado ser una radio y una televisión pública que había contribuido a ampliar la discusión en la vida pública y a fortalecer la identidad nacional.

Para Patricia Ortega:

La BBC ha logrado constituirse en un referente significativo en la cultura británica y ha ganado una importante presencia social. Pero además ha desarrollado una amplia infraestructura no sólo para la producción audiovisual, sino también en otras áreas de la industria cultural como la producción editorial y en la venta de servicios y productos audiovisuales, lo que le ha permitido una expansión no sólo nacional y regional sino también internacional (Ortega, P., 2007: 65).

La estructura de la BBC emergió relacionada con la noción de *bienestar social*. Es decir, un Estado que garantizaba el derecho a la subsistencia, trabajo y derecho a la

protección social (educación; cultura; deporte; medios de comunicación) para el desarrollo económico y social del país, así como para contribuir a la equidad social.

En el Reino Unido, el Estado subvencionaba a la BBC vía el canon, que es el impuesto que pagan los contribuyentes por el derecho de tener un televisor.

Otras de las razones por las cuales la BBC se había convertido en un referente obligado para otros modelos en el mundo, era debido a su organización interna. La corporación estaba dirigida por un Consejo de 12 gobernadores, el cual era designado por la Corona y asesorado por el gobierno. Los miembros provenían de distintos sectores profesionales y representaban a los grupos más importantes de la sociedad.

Esta característica era un mecanismo que contribuía a reforzar la autonomía en la organización y la pluralidad de voces en la toma de decisiones. Los presidentes, vicepresidentes y gobernadores nacionales de Gales, Escocia e Irlanda del Norte, por ejemplo, eran representantes (Praill, 1993: 14). Una de las funciones de este Consejo era escoger al Presidente Ejecutivo de la BBC y vigilar que las funciones de este organismo fueran las correctas. También cuidaba que el servicio fuera equilibrado y que los asuntos controversiales se trataran de manera imparcial.

Pero no sólo ellos eran los únicos encargados de la programación, sino también los Consejos Nacionales de Radio y TV (National Broadcasting Councils) de Escocia, Gales e Irlanda del Norte, cuya función primordial era catalizar la política y contenido de los programas a nivel nacional, y que éstos fueran de acuerdo con la idiosincrasia de los diferentes públicos. La corporación cuenta, al mismo tiempo, con un Consejo Asesor, el cual nombraba supervisores regionales y locales. Asimismo, la Corporación podía denominar al comité que se encargara de asuntos específicos como religión y enseñanza (Praill, 1993).

En lo que a la radio se refiere, el modelo inglés había intentado cumplir con la universalidad del servicio a lo largo del territorio. La programación radial estaba dividida en nacional y local y maneja el formato hablado, drama, música clásica y popular, y deportes. Para la primera década del siglo XXI, existían cinco redes BBC Radio 1 FM, BBC Radio 2 FM, BBC Radio 3 FM, BBC Radio 4 FM y LW, y BBC Radio 5 en vivo MW. Las primeras tres transmitían una gran variedad de oferta musical. Radio Cuatro producía programas de noticias y asuntos públicos, y otros géneros como el drama y la

comedia. Radio 5 era una red que presentaba las 24 horas del día noticias, deportes y programación hablada.

Además, había 39 estaciones locales, las cuales transmitían música popular y boletines informativos. En la noche transmitían programas hablados, los cuales eran sintonizados, generalmente, por personas de mayor edad (Izurieta, 2000; Praill, 1993).

La radio de la BBC abrió sus puertas hace más de ochenta años, en 1926 y, paulatinamente, a través de las décadas, se fue ganando el reconocimiento como la institución mediática por excelencia no sólo a nivel nacional sino internacional. Desde sus inicios, se edificó la estructura de una programación de servicio público respaldada por un marco jurídico y una relación con el Estado y la sociedad que favoreció su desarrollo como sistema de comunicación pública durante el siglo XX.

A muy temprana edad, la radio de la BBC se convirtió en la arena pública en la que los problemas políticos del país y de la vida cotidiana se podían debatir. De acuerdo con los investigadores Pierre Albert y André-Jean Tudesq, “la campaña electoral de 1928 se había desarrollado en la radio, donde todos los líderes habían podido expresarse. Por primera vez la prensa inglesa reconocía la influencia directa de la radio en la vida política” (Albert y Tudesq: 1982: 28).

Con el tiempo, el modelo de la BBC también se volvió un referente mediático para los Estados políticos occidentales, tanto para los llamados en desarrollo como para los emergentes. Prueba de ello fue que a los pocos años, en 1932, la Canadian Broadcasting Corporation (CBC) inició sus transmisiones, con un modelo inspirado en la BBC Radio. Décadas más tarde, en 1970, la radio pública en Estados Unidos apareció en el cuadrante, tomando en cuenta los aciertos de la programación de la BBC.

En su libro *Broadcast Over Britain* (1924), John Reith, primer director de la BBC, definió a la radiodifusión de servicio público a partir de cuatro elementos: “el rechazo del comercialismo, la extensión de la disponibilidad de los programas a toda la comunidad, el establecimiento de un control unificado sobre la difusión, y el mantenimiento de criterios elevados” (Thompson, 1993)

Desde entonces se integró el sentido de lo público al servicio público de radiodifusión, especialmente porque desde la definición se hacía atribución a lo abierto,

lo común y lo visible para todos los ciudadanos del Reino Unido. Además, quedó establecido *el no lucro* como característica de su funcionamiento.

Estas premisas constituyeron la esencia de la radio pública inglesa, Corporación creada por Estatuto Real y cuya función la respaldan dos documentos constituyentes: el primero es:

El estatuto que confiere a la corporación su existencia jurídica, establece sus objetivos y su constitución, y trata asuntos como los organismos asesores... El segundo es una Licencia y Convenio del Ministro de Patrimonio (Heritage Secretary), el cual es una declaración de los términos y condiciones en las que se autorizan las emisiones (Prail, 1993: 14).

Paralelo a su surgimiento en 1926, la BBC tuvo diferencias con cuatro instituciones políticas que culminaron hasta 1939: los partidos políticos, la prensa, la Comisión de Ingeniería, y el British Cultural Establishment. La primera de estas crisis tuvo que ver con la Huelga general en 1926, comandada por el Partido Laborista, de la cual la BBC salió librada. Albert y Tudesq al analizar este conflicto, explican que:

La huelga, que también abarcó los periódicos, del 3 al 12 de mayo de 1926 en Inglaterra, permitió a la BBC manifestar su importancia y su independencia ante el gobierno; Reith se enfrentó con el ministro de Hacienda, Winston Churchill, quien quería utilizar la radio contra los huelguistas. El primer ministro... respetó la autonomía (Albert y Tudesq, 1982: 28).

No obstante este conflicto, la BBC fue obteniendo gradualmente legitimidad en la sociedad inglesa y autonomía política con respecto al gobierno, lo cual se reflejó en el aumento de número de escuchas.

En 1930, ya había 3 millones de aparatos que pagaban impuestos y su número superaba los 9 millones en septiembre de 1939... La BBC difundía emisiones de calidad pero, a menudo, austeras... Sir John Reith, director general hasta junio de 1938, aseguró a la BBC su independencia ante el gobierno y los grupos de presión de cualquier clase (Albert y Tudesq, 1982: 51).

Posterior a los años treinta y por varias décadas, la radio expandió su audiencia a nivel nacional e internacional con base en una oferta programática considerada por especialistas y ciudadanos con contenidos de utilidad social para los ciudadanos. Por ejemplo, en los años cuarenta, además de los programas de música clásica, el humor y el radioteatro, también se fortaleció la programación informativa mediante el programa “Third” o “Home Service” (Albert y Tudesq, 1982: 74).

Los *Features* presentaban un tipo de emisión característica de la BBC muy apreciado, documental más que reportaje, que trata tanto la vida industrial o política como temas de

derecho o historia. Las emisiones hacia el extranjero continuaron después de la guerra: servicios europeos o servicios de ultramar difunden en 21 lenguas, especialmente en el Commonwealth, América Latina y países árabes (Albert y Tudesq, 1982: 74).

En estos tiempos también fortalece la autonomía de la corporación, expande la universalidad del servicio y la programación trata de ser más diversa mediante mecanismos como la creación de “un consejo consultivo que funciona desde 1946 en cada una de las regiones radiofónicas para la organización de programas regionales” (Albert y Tudesq, 1982: 74) .

Estos factores ayudaron a entablar una relación más estrecha con la sociedad y el Estado. Para Patricia Ortega, éstos son elementos que contribuyeron:

A que la cadena haya logrado constituirse en un modelo ejemplar de televisión pública y además en una empresa exitosa. En su legitimidad han tenido que ver no sólo su relación con la sociedad y su permanente presencia en el gusto de la audiencia, sino también su autonomía respecto del poder político y económico (Ortega, P., 2006: 64).

En el caso de la radio de la BBC, la hegemonía y consolidación duró hasta la década de los setenta. De hecho, cuando la radio privada llegó en 1972, la BBC “conservó sus estructuras a pesar de haber sido privada de su monopolio” (Albert y Tudesq, 1982: 135).

Sin embargo, la relación del Estado con la BBC cambió en esta misma década debido a la transición europea hacia un nuevo orden mundial, la expansión del pensamiento neoliberal en el Reino Unido y otros factores como el avance tecnológico y la diversificación social de la población. David Hesmondhalgh explica cómo esta situación impactó a la BBC:

El gobierno ultra-conservador de derecha de Margaret Thatcher y los periódicos de su aliado político Rupert Murdoch lanzaron un ataque sobre la corporación de radiodifusión británica a principios de los ochenta. Thatcher designó a un economista de derecha para dirigir una auditoría de la radiodifusión (Peacock Report, 1986). La resultante legislación, el Estatuto Real de 1990, sin embargo, fue menos radical en la comercialización de la radiodifusión pública que aquella temida por los defensores del servicio público. La BBC no fue privatizada; tampoco lo fue el *Canal 4*—propuesto por previas administraciones laboristas (1974-1979) para servir a las minorías, e introducido en los primeros años de Thatcher en 1982. La BBC no fue, como muchos lo habían temido, forzada a incorporar publicidad. Esto se debió a razones económicas y no culturales... los fuertes controles sobre la concentración y propiedad de los medios fueron debilitados por la ley de 1996 (Hesmondhalgh, 2008: 123).

El Reino Unido dirigió su política hacia la privatización de las telecomunicaciones. El apoyo de Thatcher al mercado audiovisual privado impactó a la corporación. Thatcher veía a los medios públicos como un gasto innecesario para el Estado. La BBC, por su parte, tuvo que aceptar que el mercado exigía y ofrecía otros servicios.

El periodista Philip Gunson—corresponsal para la BBC durante los ochenta, apunta que:

Thatcher no soportaba la crítica, trataba de intervenir, de censurar aunque algunos de sus intentos fueron frenados gracias a las bases internas de la organización... Ella misma se encargó de colocar a los directivos, con lo que consiguió que la crítica sólo viniera de los mandos operativos (Gunson, 1996).

Durante el gobierno de Thatcher, la dirección de políticas de comunicación de acuerdo a las reglas del mercado inició su camino, pues se comenzó a dar licencias a medios de comunicación privados sin tomar en cuenta la baja calidad de sus producciones. El proyecto de Thatcher dirigió su filosofía hacia una concepción individual de la sociedad: “Defendió que el interés público sólo podía consolidarse maximizando la capacidad de individuos para escoger, y que los gobiernos deberían buscar abandonar el control [del servicio público], mas no ejercerlo” (Hendy, 2000: 24).

Un ejemplo de lo anterior fue el caso *Thames*:

En aquella ocasión la Televisora Thames produjo un documental acerca de tres miembros del Ejército Revolucionario Irlandés (IRA) en Gibraltar. El trabajo periodístico fue premiado y produjo un escándalo dentro de la opinión pública, a lo que el gobierno de Thatcher contestó con el retiro de su licencia a la televisora. El pretexto fue el nivel de calidad y su propuesta, pero la audiencia sabía el verdadero por qué. Sobre todo cuando al llegar el nuevo canal, notó la diferencia: una programación muy comercial sin mayor compromiso con el manejo de la información (Gunson, 1996).

Aunque el ejemplo anterior no tuvo efectos en la radio, describe la relación que estableció Thatcher entre el Estado con los sistemas de comunicación públicos.¹³

La política de los gobiernos de Thatcher y subsecuentes se vieron reflejados en la BBC. Cuando John Major llegó al poder—afirma Gunson—“encontró a una BBC menos fortalecida... Major confió demasiado en los *ratings*, lo que trajo como consecuencia menor calidad en las producciones y más interés en los formatos. La relativa pérdida de independencia fue, en parte, una de las características de los noventa.

¹³ Hubo también otros casos de censura, para mayor información consultar el trabajo de Martell (1997).

Algo muy cierto que ha pasado en los últimos años es la lucha de las audiencias con el modelo comercial, lo cual ha repercutido en el punto de vista editorial y en la elaboración de productos con menor calidad. A veces, por ejemplo, se realizan producciones muy buenas que no son muy escuchadas. Entonces es cuando las políticas cambian y se idean documentales que sean más atractivos para la audiencia, empero, de menor lucidez. Lo peligroso es que el espacio para trabajos brillantes se ha ido reduciendo y, por si fuera poco, el apoyo hacia éstos es menor (Gunson, 1996).

De acuerdo con John B. Thompson (1993), los principios de la BBC en los años noventa eran muy diferentes a aquellos iniciados por Reith. La BBC no sólo había crecido en cuanto a tamaño y producción, sino que también había perdido algo de su celo misionero, el cual se había moderado en parte por la ansiedad competitiva por el advenimiento de la TV comercial. No obstante la trayectoria de esta institución, Thompson observa que en la práctica existían defectos en cuanto al principio de la radiodifusión de servicio público, por lo menos en la forma originalmente elaborada por Reith, los cuales se veían reflejados en las siguientes premisas:

Concentración del poder en manos de una élite burocrática; la susceptibilidad de las instituciones difusoras ante el ejercicio del poder estatal y de la presión gubernamental; la dificultad para mantener el principio tradicional de difusión pública frente a las nuevas tecnologías de los medios (Thompson, 1993: 371).

La BBC se encontró, durante el segundo mandato de Blair, como un sistema de radiodifusión cuestionado tanto dentro como fuera del Reino Unido. Para los conservadores es demasiado liberal, para los laboristas, muy irrespetuosa con el gobierno.

Según Patricia Ortega:

Entre los grupos más conservadores ha sido cada vez más frecuente la opinión de que la BBC debería ser privatizada, así como también la expresión de otras posiciones para que el gobierno británico suprima las erogaciones que ésta recibe por medio del canon. Tales grupos consideran que la empresa podría participar del mercado buscando su propio financiamiento por medio de la venta de publicidad y con el servicio pagado de televisión (Ortega, P., 2006: 67-68).

Durante la primera década de este siglo, la mayoría de los dueños de los medios comerciales pertenecía al sector crítico de la BBC. Para ellos, es una corporación que tenía demasiado presupuesto (5 mil 251,9 millones de euros) y que propiciaba una competencia desleal.¹⁴ Sobre todo cuando obtenía la mayor parte de los ingresos de los aproximados 170 euros que los contribuyentes pagaban al año por familia, lo cual sumaba

¹⁴ Cifras equivalentes al 2003, tomadas de Oppenheimer, Walter, *La BBC se enfrenta a un recorte*, en *El País*, sección Sociedad, martes 22 de febrero del 2005, p. 36..

aproximadamente 3 mil 965 4 millones de euros al año. Esto le permitía pagar una nómina de 20 mil 550 empleados situados en diversas partes del mundo y seguir transmitiendo (hasta el 2005), sin necesidad de recurrir a la publicidad y/o patrocinios. Con ello se atiende a un 38.3 por ciento de audiencia (Ortega, P., 2006).

En décadas recientes, debido a las transformaciones en su estructura y relación con el Estado, el *telos* del servicio público que respondía a los fines de un Estado-nación se había transformado a uno con menor autonomía política del gobierno. Con ello, la BBC había tenido que resolver problemas de legitimidad, no sólo en el Reino Unido o Europa, sino ante una vasta audiencia que escucha diariamente una programación en diversas partes del mundo, a través del Servicio Mundial de la BBC.

Otros hechos habían puesto de relieve, de la misma manera, que la BBC había sufrido transformaciones en su organización.¹⁵ Este tipo de factores trajo como consecuencia una reconfiguración del concepto de lo público, en donde el debate político disminuye y, por el contrario, los intereses privados de una economía de mercado se hacían cada vez más presentes.

En el debate académico también existían divergencias acerca de la práctica del servicio público en la BBC. En el 2008, Bustamante consideraba que:

En la BBC se acredita la prolongación de una línea consecuente de revisiones del servicio público, sin grandes reformas legales, que buscan su consolidación y adaptación: desde el White Paper hasta la nueva Royal Charter de 2006, y la autonomización del control de la BBC respecto a su gestión (paso del Consejo de Gobernadores al BBC Trust. Sin embargo, en los últimos años es posible detectar también una línea de deterioro provocado del servicio público británico, incluyendo las maniobras y presiones del gobierno de Tony Blair, respaldadas por el desequilibrado informe de lord Hutton; y después las restricciones a la subida del canon, que no garantiza la indexación respecto a la inflación, con las consiguientes rebajas gastos de programación y el despido de 1800 empleados (Bustamante, 2008: 189).

¹⁵ Uno de ellos fue el caso *Kelly*: El 29 de enero del 2004, el director general de la BBC, Gregory Dyke, renunció un día después del adiós del presidente del Comité directivo de la misma red. La razón se debió a que el juez James Hutton investigó la muerte del investigador David Kelly, cuyo cadáver fue hallado después de que él fuera identificado como la fuente de un reportaje de la BBC. La nota aseguraba que el gobierno del primer ministro Blair había exagerado un informe sobre el presunto arsenal de armas en Irak para justificar la invasión contra ese país... El magistrado dijo que el reportaje del periodista Andrew Gilligan era infundado. “Según Hutton, la dirección de la BBC no había verificado adecuadamente el reportaje de Gilligan y no investigó... las quejas del gobierno sobre ese informe” (www.bbmundo.com, 30 de enero de 2004). Sin embargo, tanto para ciudadanos como para algunos empleados de la BBC, el veredicto de Hutton fue leído como una presión proveniente del gobierno de Blair para evitar un escándalo internacional.

Otros investigadores seguían defendiendo vehemente a la BBC como un “espacio para una política racional y universalista ajena tanto a la economía como al Estado” (Keane, 1997). El investigador inglés, Nicholas Garnham, era uno de ellos e insistía en que el mejor garante de tal política era el modelo de radiodifusión de servicio público, el cual estaba diseñado para mediar y hacer contrapeso al poder estatal y corporativo, lo que efectivamente lograría dado que no estaba constreñido por los imperativos de maximización ni del poder político ni de las ganancias.

A pesar de los cambios, para Garnham la radiodifusión pública era superior al mercado,

Como un recurso que proporciona a todos los ciudadanos, cualesquiera sea su situación económica o geográfica, un acceso igual a una amplia gama de entretenimientos, información y educación de alta calidad, y como un medio para garantizar que el objetivo del productor de la programación sea satisfacer a todo un mosaico de gustos diversos y no sólo a aquellos que producen las mayores ganancias (Keane, 1997).

Los medios comerciales, para el autor, eran enemigos de la vida pública. Asimismo, estos medios “generan relaciones desiguales de poder entre las empresas dominantes y metropolitanas y las culturas e identidades subordinadas y periféricas” (Keane, 1997)—relaciones a las que sólo los medios de radiodifusión públicos pueden hacer contrapeso, “protegidos por fondos garantizados, provenientes de los impuestos” (Keane, 1997).

A pesar de las diferencias de las posturas académicas y de los cuestionamientos sobre la legitimidad de los contenidos por ciertos sectores, la BBC seguía difundiendo un servicio informativo, cultural y de entretenimiento sólido para un gran número de escuchas en varias partes del mundo producto de un desarrollo político y social como corporación pública por más de tres cuartos de siglo.

Ortega, P. afirma que la BBC se había convertido en:

Un representativo modelo de servicio público a pesar de los problemas que, como muchos otros de los medios públicos europeos, ha enfrentado debido al creciente dominio de los medios comerciales y al incremento de los costos de producción en una industria que evoluciona rápidamente (Ortega, P., 2006: 66).

Como ejemplo de muchos de sus logros es que, para finales de siglo XX, la corporación producía más de 850 horas semanales, tenía 130 millones de radioescuchas, y con programación en 42 idiomas. El Servicio Mundial de la BBC (BBC World Service) es la red internacional de radio más grande del mundo. En el Reino Unido, la audiencia

alcanzaba a más de 37 millones. En vez de financiarse como las demás redes de la BBC, por cuotas que los propietarios de los televisores pagaban al gobierno, el Servicio Mundial lo hacía a través de la Secretaría de Finanzas y la Mancomunidad Británica. El gobierno también decidía las horas de difusión y los programas que se debían transmitir, empero, la BBC dictaba la perspectiva editorial. Con sede en la Bush House, en Londres, este servicio producía noticieros y programas informativos, deportivos y dramáticos. Las instalaciones contaban con equipo digital, la tecnología y los recursos humanos necesarios para las realizaciones. Con esta estrategia de programación, la BBC hacía esfuerzos loables para que personas en diversas partes del mundo tengan acceso al servicio público.

A comienzos de este siglo, La BBC tuvo una adecuada planeación para hacer una transición a la tecnología digital. De hecho, se aprovechó esta coyuntura para realizar nuevas producciones internacionales, incluso con otras radios del mundo y con ello ampliar su programación a una audiencia más diversa, la cual atraía más pluralidad de pensamientos y la cual se había adaptado a distintas formas de participación a través de internet. En este proceso, el entrenamiento a reporteros había sido una constante, así como la incorporación de periodistas con perfiles muy específicos que podían narrar historias mediante tecnología digital.

Dichos cambios en la organización habían podido hacer frente a la nueva relación con el Estado, la sociedad y el mercado. “Esto ha llevado a la BBC a modificar ciertas estructuras y a buscar otras opciones, tanto de producción de una industria que evoluciona rápidamente” (Ortega, P., 2006: 66).

Ante la vasta competencia mediática internacional, al cambio del siglo, la BBC seguía contribuyendo a ampliar la discusión en la vida pública. Es cierto, también que existía una audiencia consolidada y educada en el Reino Unido que demandaba información muy especializada que la BBC sólo podía brindar, sobre todo por el despliegue de corresponsales que tenía en todo el mundo; se trataba de escuchas que valoraban la existencia de un sistema de comunicación pública en sus vidas cotidianas.

2.1.2 La radio pública en el norte y centro de Europa

La transformación de la noción de servicio público de radio en la mayor parte de los países de Europa occidental dio lugar a diversos debates en aquellas sociedades desde las últimas décadas del siglo XX.¹⁶ Una de sus razones fue por la preocupación de que los gobiernos políticos habían aminorado su presencia en la vida pública, debido a la recomposición de la estructura económica y social a nivel global, dominada por los intereses del libre mercado. Estos cambios se habían reflejado en los sistemas de radiodifusión pública de aquellos países, donde la discusión se centraba, entre otras cosas, en los siguientes cuestionamientos: *¿Cómo lograr un acceso universal cuando las sociedades tienden a ser más desiguales?—¿Cómo producir contenidos plurales para naciones multiculturales?—¿Cómo hacer frente a los recortes de presupuesto en los sistemas de radiodifusión pública?—Y quizá la más importante: ¿Cómo hacer contrapeso a la intromisión de los intereses privados en los asuntos de la vida pública?*, pues éste es un fenómeno que aún, hasta nuestros días, se asoma cada vez más en el resto de Europa, incluso en el norte del continente en donde el advenimiento de la radio comercial data apenas de la década de los ochenta y noventa.

Los investigadores Daniel C. Hallin y Paolo Mancini, en su libro *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics (Communication, Society and Politics)*, señalan que, el norte y centro de Europa, al igual que el Reino Unido, tienen un modelo de medios de comunicación similar, al cual denominan “Modelo corporativista democrático” (Hallin y Mancini, 2004: 143).

Los dos autores atribuyen el devenir de este modelo en la radiodifusión pública y los medios de comunicación en general en la región a ciertos factores como: 1) El establecimiento de la democracia parlamentaria y “la prensa como una institución social fuerte y desarrollada tempranamente” (Hallin y Mancini, 2004: 146). 2) El reconocimiento de la libertad de prensa en sus constituciones; en 1976, Suecia se convirtió en el primer país en reconocer este principio en su constitución; Noruega en 1814; Dinamarca en 1848 (Hallin y Mancini, 2004: 147). 3) El desarrollo de las

¹⁶ En esta sección sólo se hablará de los países de la antiguamente llamada Europa occidental, donde se desarrolló la radiodifusión de servicio público.

instituciones liberales y de la sociedad civil que ponían límites de poder al Estado (Hallin y Mancini, 2004: 160, 197).

A principios del siglo XX, los medios de comunicación en general en esas sociedades sirvieron como:

instrumentos de discusión pública, de representación de los diferentes intereses sociales, políticos y económicos, los cuales debaten [*sic*] asuntos importantes, luchan por el consenso, y construyen un campo simbólico en el acuerdo posible... Los medios han reflejado tradicionalmente las divisiones y diversidad de la sociedad; incluso han funcionado... con una coherencia institucional fuerte y una autonomía sustancial con respecto a otras instituciones (Hallin y Mancini, 2004: 196).

En el Modelo corporativista democrático, “se tiende a enfatizar el deber del Estado para proveer condiciones de participación de todos los ciudadanos y todos los grupos en la vida social” (Hallin y Mancini, 2004: 161). El Estado tiene la responsabilidad de los medios masivos, los cuales son vistos como instituciones sociales para las cuales el Estado tiene una responsabilidad importante. “Primero, tiene la responsabilidad de garantizar formalmente... la libertad de expresión y la libertad de prensa por medio de una legislación... El Estado tiene la responsabilidad de crear y mantener un sistema de información que incluye a diversas voces” (Gustafsson, 1980; Hallin y Mancini, 2004: 160).

El papel del Estado en el desarrollo de la radiodifusión pública ha sido determinante en el norte y centro de Europa. La radiodifusión pública es un ejemplo de cómo la lógica del Estado de bienestar es aplicado a los medios y es un modelo que ha estado ligado a la sociedad civil.

Hallin y Mancini coinciden en que:

La radiodifusión en estos países ha sido tratada... como una institución cuya influencia en la sociedad es muy buena como para que sea puesta a disposición de los intereses privados y que debe ser ejercida bajo la autoridad del Estado como un representante del interés general. Sus sistemas de radiodifusión pública han estado bien financiados y han sido relativamente ‘puros’ en el sentido que las ganancias de la publicidad ha constituido una pequeña parte del financiamiento. Ellos pusieron un énfasis... en el servicio público en oposición a las funciones del entretenimiento... (Hallin y Mancini, 2004: 164).

Como ejemplo, hasta principios de este siglo, Noruega era el único país que no tenía financiamiento comercial para la radiodifusión pública, mientras que Suecia contaba con sólo un poco (Hallin y Mancini, 2004: 164-165).

En países como Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia, el Estado tuvo la capacidad de regular con mayor rigor la entrada del libre mercado en asuntos públicos y trató de que los diferentes grupos sociales estuvieran representados en la programación. En Noruega y Finlandia cuidaron el lenguaje a través de la radio como forma de identidad cultural, pues sus lenguas eran muy diferentes a las del resto de Europa (Aberg, 2005).

Alemania es quizás el país de Europa central que pudo mantener un sistema de radiodifusión pública más estable hasta la primera década del siglo XXI. En el Reino Unido y Francia el modelo comercial penetró con mayor fuerza que en Alemania. La radiodifusión en Alemania fue sólo pública hasta 1984. Esta nación inició un proceso de privatización incluso más tarde que otras economías poderosas. En 1986, el sistema público de radiodifusión fue descentralizado pero permaneció estable. Según Hesmondhalgh:

La resolución de la Corte Federal fue en parte el resultado de la campaña del partido de izquierda Demócrata Social...

Las leyes sobre la propiedad de medios fueron relativamente débiles, lo cual permitió establecer fuertes lazos entre la industria editorial y la radiodifusión (Hesmondhalgh, 2008: 125).

La radiodifusión comercial tuvo un impacto importante en la Unificación alemana en 1990. Este crecimiento se debió en parte al apoyo del Gobierno central para desarrollar el programa de cableado masivo durante los ochenta (Hesmondhalgh, 2008). El modelo comercial se ha caracterizado por mostrar poco interés en los programas noticiosos y de asuntos públicos y “ha depositado su confianza en el entretenimiento superfluo y la cobertura de deportes” (Hesmondhalgh, 2008: 125).

A diferencia de otros países, “la radiodifusión pública ha consolidado su posición sin copiar los formatos de las emisoras comerciales” (Williams, 2005; citado en Hesmondhalgh, 2008: 125). Probablemente sus formatos no han marcado la misma tradición que la BBC, pero su margen de independencia periodística con respecto al gobierno y la clase política ha sido sana hasta la fecha.

Autores como Hesmondhalgh y Williams coinciden en que “esta versión relativamente exitosa del etos del servicio público/comercial es el resultado de la forma en la que la radiodifusión en Alemania occidental fue configurada con esfuerzos que

utilizaron los medios como instrumentos de la democracia” (Hesmondhalgh, 2008: 125; Williams, 2005). Hay varias razones que explican estos logros:

Una, es la organización interna, pues está subordinada a un Consejo de Radio y Televisión que tiene el objetivo de elegir al director y al Consejo de administración. En dicho Consejo están representados diversos grupos de la sociedad: partidos políticos, iglesias, sindicatos, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

Dos, existe un presupuesto destinado a los medios públicos. En 2003, el Consejo gestionó el presupuesto anual que se aproxima a los 8 mil 22,90 millones de euros. La mayor parte de los ingresos proviene del canon pagado por los poseedores de radio y televisión, el cual asciende a 194 euros al año, lo que le permite una menor dependencia de la subvención estatal directa (385, 40 millones de euros) y de publicidad y patrocinios (266, 60 millones de euros).

Tres, es el nivel de escolaridad de la audiencia. La constancia en el buen funcionamiento del servicio alemán de radio no sólo se debe a sus holgadas finanzas, sino que es atendida por una audiencia del 40 por ciento,¹⁷ cuyo alto nivel de escolaridad ha respaldado su preferencia por los medios públicos y no por los comerciales.¹⁸

Un caso distinto es el sistema de radiodifusión pública francés; para Hallin y Mancini (2004) éste no pertenece necesariamente a un modelo corporativista democrático. En Francia la intervención del Estado en la radiodifusión pública ha llegado incluso a crear un sistema dependiente política y financieramente del gobierno. Sobre este país, Ortega, P. explica:

Durante años la radio y la televisión funcionaron supeditadas a una densa burocracia gubernamental. Ha sido larga la historia de debates y enfrentamientos políticos que han llevado a modificar constantemente el marco jurídico que oriente el funcionamiento de la radio y la televisión. Cada cambio en el poder político ha generado modificaciones en la organización, estructura y funciones de estos medios (Ortega, P., 2006: 75).

Hesmondhalgh, por su parte, considera que el Estado francés hizo enormes inversiones en los sesenta y setenta. Pero más tarde siguió la tendencia de comercialización de Europa occidental. “En los ochenta y principios de los noventa, Francia fue más radical en la comercialización de la radiodifusión que el Reino Unido,

¹⁷ Cifras correspondientes al 2003, tomadas de Comas, José, *Alemania*. “Financiación del 100% mediante un canon”, en *El País*, sección Sociedad, martes 22 de febrero del 2005, p. 36.

¹⁸ Los alemanes, por obligación del Estado, estudian hasta los 18 años.

aun cuando había sido liderada por un presidente socialista, François Mitterrand, de 1981 a 1999” (Hesmondhalgh, 2008: 124). Para Albert y Tudesq, esta razón tiene que ver con que las “emisoras privadas tenían mayor capacidad de innovaciones y atraían más a los oyentes...” a través de la música (Albert y Tudesq, 1982: 57); asimismo, la publicidad de marca se había introducido como fuente de ingresos en el modelo francés desde varios años atrás.

En 1982, después de varios debates, el sistema de radiodifusión se modificó en un sistema de servicio público bajo un regulador independiente, pero el cambio no fue suficiente para otorgar a la radiodifusión pública de una fuerte autonomía. Desde los noventa, la radiodifusión privada se fortaleció y se convirtió en una de las más comercializadas en toda Europa, pero con un servicio público marginalizado (Hesmondhalgh, 2008: 124).

En este siglo, las radiodifusoras públicas se encuentran más vulnerables ante la intensa penetración del mercado audiovisual y ante los constantes recortes presupuestales que hacen los gobiernos europeos a los sistemas públicos de radiodifusión. A pesar de la situación poco favorable para la radiodifusión de servicio público, en Francia, hasta el 2003, las emisoras del sistema Radio France mantenía niveles de audiencia altos (39.5 por ciento). Sin embargo, esta situación ha ido cambiando paulatinamente, porque los medios comerciales cada vez representan mayor competencia para los medios públicos (Hesmondhalgh, 2008). Esto crea una tensión dentro de los medios públicos, los cuales entran al juego por la audiencia desviándose de su objetivo como servicio público.

Al respecto, Ortega, P. observa:

Para algunos sectores de la sociedad francesa tal situación ha desvirtuado la función de servicio público a la que están obligados estas emisoras, pues con el propósito de atraer a la audiencia han seguido los patrones de la programación de las empresas comerciales y con ello han marginado sus tareas de servicio (Ortega, P., 2006: 79).

Uno de los principales problemas en Francia es que los últimos gobiernos no han sido capaces de dotar al sistema Radio France de autonomía política suficiente con respecto al gobierno ni de diseñar una forma de financiamiento adecuada que fortalezca a la radio pública. Estos problemas se traducen en tensiones con los trabajadores y recortes presupuestales permanentes. En el 2011, la radiotelevisión pública dejó de percibir mil 200 millones de euros por concepto de publicidad (Lukor, 2011).

2.1.3 La radio pública en España y en Europa del sur

El debate sobre la relación entre el Estado, los sistemas de radiodifusión pública y la sociedad en el sur de Europa se ha intensificado en este siglo y ha sido distinta de país en país. Según Hallin y Mancini, esta región “incluye a los tres países [España, Grecia y Portugal] que caminaron a la democracia a mediados de los setenta, además de Italia que transitó más temprano pero que comparte muchas características históricas y estructurales con los otros tres países” (Hallin y Mancini, 2004: 89).

En España, por ejemplo, la ampliación de debate en distintos sectores de la sociedad se debió a varios factores como: 1) Las contradicciones entre la transición a la vida democrática y la alta penetración del mercado audiovisual en la sociedad. 2) La crisis en la que vivían la radio y la televisión que eran propiedad del Estado, en donde, según Ortega, P., “había una falta de definición jurídica de las funciones de servicio que debe desarrollar la comunicación pública” (Ortega, P., 2006: 85). 3) La sociedad española no se veía “reflejada ni representada” en los medios estatales (Ortega, P., 2006: 84).

Al referirse a la televisión particularmente, Ortega, P. explica: “...ya al filo del siglo XXI se ha desarrollado una intensa polémica entre los distintos sectores de la sociedad española sobre el incumplimiento de sus funciones como televisión de servicio público y la cada vez mayor comercialización de su programación” (Ortega, P., 2006: 84).

Enrique Bustamante (2000) ha estudiado las transformaciones de la radiodifusión pública en Europa desde hace varias décadas. Para el académico de la Universidad Complutense de Madrid, hasta el cambio del siglo, la discusión de este concepto giraba en dirección al acceso universal del servicio.

Se trata de una cuestión que está relacionada con la agenda política y económica de la comunicación, a partir de la cual se intenta dar una respuesta a la posibilidad del derecho universal del servicio público o a que todos los ciudadanos tengan acceso a este tipo de servicio en la era digital.¹⁹

Bustamante afirma que:

Nadie puede negar que las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC) han transformado de tal forma la cultura, que hoy la industria cultural, la formación y la información han dejado de ser elementos adjetivos a la igualdad económica, han

¹⁹ Término utilizado por Enrique Bustamante (2000) para referirse al capitalismo global.

abandonado su carácter de ‘superestructura’, para convertirse en elementos obligados e imprescindibles de la igualdad socioeconómica de partida (Bustamante, 2000).

Es decir, actualmente, sin la posibilidad de acceso universal a las nuevas redes de comunicación (en donde también se inserta la radio), las sociedades no pueden “sostener el mito fundador de la igualdad de oportunidades que sustentan las economías de mercado y a las democracias políticas” (Bustamante, 2000).

La noción de servicio público adquiere también relevancia en los gobiernos neoliberales en el contexto de un discurso que aparentemente aboga por la igualdad de oportunidades. El concepto consigue mayor atención por actores sociales—como legisladores, funcionarios públicos, ciudadanos y grupos de la sociedad civil—quienes incluso han equiparado este servicio con otras funciones de seguridad social, como salud y vivienda, con las que el Estado tiene que garantizar a la sociedad.

Bustamante critica esta perspectiva neoliberal desde dos puntos. En primer lugar, se creía que el servicio público había alcanzado su función con las redes clásicas (teléfono, radio, televisión), “pero esa propuesta choca frontalmente con su propio discurso sobre la importancia de las nuevas redes en todos los órdenes de la vida, que dibujarían irremediamente un panorama dual de comunicación de desarrollo” (Bustamante, 2000). En segundo, existe un discurso promocional sobre el servicio público, al que Bustamante llama ‘utópico conservador’, el cual “promete una completa igualdad por el simple desarrollo del mercado de las nuevas redes”(Bustamante, 2000).

Lo que se observa, por el contrario, es la abundancia de las redes privadas cerradas concentradas en oligopolios supranacionales identificados en grupos de poder muy específicos. Además, claro está, de las desigualdades producidas por el pago por el uso de redes y de equipos, y el conocimiento de lenguaje y códigos del medio, así como el financiamiento publicitario que causan la comercialización de la comunicación y la cultura.

De acuerdo con Bustamante, las implicaciones de esta postura neoliberal tienen secuelas en fracturas sociales entre quienes pueden o no pagar estos servicios; entre quienes producen los contenidos y quienes consumen un aparente servicio público el cual realmente es ajeno al ciudadano. Esta premisa, la cual es aún vigente, remite a un discurso promocional utópico con efecto inmediato en el acceso restringido al internet y

otras plataformas tecnológicas digitales, donde la radio ya se empieza a ver permeada bajo esta lógica discursiva con su paulatina digitalización en diversas partes del mundo, y con ello la transformación cualitativa de la mercantilización de sus contenidos. De aquí que, pronostica Bustamante desde principios del siglo XXI: “el inevitable deterioro de la influencia y el paso de las radiotelevisiónes públicas,²⁰ si se mantienen atrincheradas en un entorno de pocos canales clásicos, es un claro proceso en este sentido” (Bustamante, 2000).

Una razón más por la que el debate del servicio público hoy día adquiere vigencia y, con ello, la necesidad de poner en marcha políticas de comunicación que potencialicen su función social. El académico español deja pendiente la siguiente pregunta: “¿*qué servicio público?*”, porque es evidente que su contenido no puede ser el mismo en la sociedad de la Información del que tenía en la posguerra” (Bustamante, 2000).

Ante el contexto actual del neoliberalismo, Bustamante considera pertinente en el plano ideal, que el servicio público tiene que incluir una “programación de calidad, estética y ética, en todos los géneros y para todos los ciudadanos pero con instrucciones concretas de atención especial a las minorías más inermes de la sociedad (infancia y juventud, tercera edad, discapacitados, minorías étnicas, inmigrantes...) y a los problemas sociales más candentes actualmente (sida, alcoholismo, maltrato a la mujer, accidentes de tráfico (Bustamante, 2005).

Asimismo, considera que el servicio público tiene que limitar la publicidad para impedir que se presione sobre los contenidos. A propósito de las formas de financiamiento, el autor cree en el modelo mixto de financiamiento²¹ para enriquecer la calidad de la programación y evitar el endeudamiento de los sistemas de radiodifusión que emitan este tipo de servicio. Para ello, en la evaluación del presupuesto anual se tienen que incluir al gobierno, congreso o parlamento y al propio organismo de radiodifusión pública. Esta mecánica también permitirá la transparencia por los “presupuestos generales del Estado del costo neto del servicio público” (Bustamante, 2005).

²⁰ Enrique Bustamante se refiere a las radiotelevisiónes públicas, porque, como se analizará más adelante en este capítulo, son los sistemas que difunden el servicio público.

²¹ El modelo de financiamiento mixto para la radiodifusión pública consiste en fondos parciales obtenidos del Estado, y otros más de organismos privados (como fundaciones y publicidad). Cada país tiene su propia forma de financiamiento. Más adelante, en este capítulo se profundizará al respecto.

En el mismo tenor, para consolidar la programación con orientación de servicio público, es necesario potencializar las realizaciones provenientes de todos lados de un país para evitar las desigualdades regionales en la producción. Esto también permitirá promover la producción independiente de todas partes de un país, porque el principio de universalismo y pluralismo, radica en que los ciudadanos y grupos de la sociedad civil tengan acceso en cuanto a región y representación de sus puntos de vista. Asimismo, consiste en la universalidad y pluralidad de la producción.

De modo que, la única forma de conseguir que se cumplan los anteriores objetivos es a través de la regulación del mismo servicio. Esto permitirá que se aplique el derecho de acceso de los grupos sociales vulnerables. Bustamante considera que se debe garantizar jurídicamente la participación de la sociedad civil a través de un consejo asesor estatal; consejos educativo-culturales y regionales; consejos de redacción conformados por comunicadores, cuyo deber sea proteger la independencia informativa y editorial de la programación (Bustamante, 2005).

Hasta aquí hemos retomado las condiciones de normatividad financiera y jurídica, universalidad y pluralidad propuestas por el autor para propiciar el desarrollo del servicio público. Sin embargo, éstas no pueden ser logradas sin otra categoría más: la autonomía política con respecto al Estado. En este sentido, Bustamante plantea un modelo societario de gestión dentro de la radiodifusión de Estado, compuesto por organismos gerenciales y representados por profesionales incuestionables pertenecientes a grupos de la sociedad civil. Su objetivo debe resguardar el intervencionismo gubernamental y las cuotas partidistas. En otras palabras, persiguen regular la pluralidad mediante la representación equitativa de grupos de la sociedad civil. Específicamente en España, se encontró en el Consejo Audiovisual (uno de los organismos del modelo societario) la posibilidad de “controlar cada año el cumplimiento estricto de las misiones de servicio público además de regular y asegurar el funcionamiento armónico del conjunto del sistema audiovisual...” (Bustamante, 2005).

Hallin y Mancini también han estudiado las transformaciones entre la relación del Estado, la radiodifusión pública y la sociedad en Europa. Estos autores consideran que en los países del sur de Europa, “el Estado ha jugado un importante rol social... y en los sistemas de medios no es la excepción... pero la ideología de la democracia social ha

sido más débil que en países del norte y centro del continente” (Hallin y Mancini, 2004: 160).

El rol del Estado es complejo en esta región: refleja una combinación de tradiciones autoritarias del Estado de bienestar social similares a aquéllas prevaletentes en los países Corporativistas democráticos. También es complejo por el hecho que la capacidad del Estado para intervenir efectivamente es frecuentemente limitada por la falta de recursos, la falta de consenso político y las relaciones clientelares que disminuyen su capacidad para la acción unificada (Hallin y Mancini, 2004: 119).

Los dos autores añaden además que algunas reminiscencias del control autoritario de los años de la dictadura permanecen en el periodo democrático, pero que son “tratadas como instituciones sociales sujetas a la regulación del interés público” (Hallin y Mancini, 2004: 122).

Tradicionalmente, la radiodifusión pública ha sido polarizada por los partidos políticos. “En Grecia, Portugal y España la mayoría política tiene control efectivo sobre la radiodifusión pública” (Hallin y Mancini, 2004: 106). Por ejemplo, en España la junta de gobierno de la Radio Televisión Española (RTVE) es designada por los partidos representados en el parlamento (Hallin y Mancini, 2004). Esto ha conducido a que, “tanto en los gobiernos del Partido Socialista Español (PSOE) como en los del Partido Popular (PP) se hayan puesto en marcha políticas intervencionistas hacia la radiodifusión pública” (Hallin y Mancini, 2004: 107).

Aunque la Radio Televisión Española (RTVE) data desde la década de los cincuenta, el Estado español poco se preocupó por fortalecer sus medios públicos. Primero debido a la dictadura franquista que hacía de RTVE una radio de gobierno. Luego, durante los gobiernos socialistas (1988-1996), RTVE sufrió un endeudamiento desmedido, principalmente porque se excluyeron los fondos públicos para su sostenimiento, dejando a la publicidad como fuente principal de ingreso. El hecho coincidió con la entrada de la economía de mercado y un periodo de fuerte recesión económica en el país. Durante los gobiernos del Partido Popular (PP) (1994-2004), la deuda no sólo se acrecentó hasta alcanzar los 6 mil millones de euros en el 2004, sino que el gobierno de Aznar utilizó a la radio pública para justificar la invasión a Irak en el mismo año. Fue un periodo negro para la RTVE, la cual había perdido independencia editorial.

Bustamante afirma que:

...En este mismo periodo las acusaciones de manipulación sistemática gubernamental se intensificaron, especialmente con ocasión de acontecimientos nacionales como la huelga general de 2002 (por la que RTVE fue judicialmente condenada por atentar contra la veracidad y el pluralismo), la participación española en la invasión de Irak y, sobre todo, los atentados terroristas del 11-M de 2004 cuya tergiversación informativa sistemática trajo consigo la derrota electoral del Partido Popular (Bustamante, 2005).

Tras el triunfo del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), el 14 de marzo del 2004, José Luis Rodríguez Zapatero convocó a una comisión para que se encargara de diseñar una política de comunicación para RTVE que encajara con un proyecto de nación. Conocido como el Comité de Sabios, la comisión presentó el 21 de febrero del 2005 un documento, el cual redefinía la noción de servicio público y tomaba en cuenta la heterogeneidad de la sociedad española. Entre otros aspectos, el informe subraya la figura del Estado como regulador de los medios públicos, para que éstos puedan funcionar en beneficio de los ciudadanos, a través de una programación de servicio público. Para ello, el director general no será apéndice del gobierno, sino que será elegido tras una convocatoria pública y electo por un Consejo de administración.

Asimismo, el proyecto propone que el Estado asuma la deuda de RTVE que asciende a 7 mil 500 millones de euros (Gómez, 2005). La publicidad de la Radio Nacional de España (RNE) se condiciona solamente a la práctica del patrocinio.

La reforma a la ley de medios se publicó el 5 de junio de 2006.

La nueva Corporación RTVE ha dado un salto cualitativo con ella tanto en independencia estructural del Gobierno como en peso de la financiación pública, eliminándose la deuda histórica que llegó a sumar más de 7 mil 500 millones de euros; además ha aprobado un reglamento del derecho de acceso de los grupos sociales, un reglamento del consejo de informativos que blindará su autonomía, y un mandato marco de servicio público a nueve años que ahora se está declinando en un contrato programa trianual (Bustamante, 2008: 191).

El marco jurídico en la RTVE española ha seguido en constante revisión en medio de controversias por “‘falta de transparencia’ y la ausencia, en su discusión, de los actores involucrados en la radiodifusión a excepción de empresarios de esa industria” (Trejo, 2010: 39). De forma similar que Francia, España ha decidido que el financiamiento del servicio público de radiodifusión es un asunto que es responsabilidad del Estado. El 28 de agosto de 2009, se publicó la Ley de Financiación, la cual expide que, tanto la radio como la televisión “no pueden incluir mensajes pagados” (Trejo, 2010: 36). La

subvención correrá por parte de las aportaciones de la TV comercial abierta y por cable, y las compañías de telecomunicaciones (Trejo, 2010).

De acuerdo con el académico y periodista mexicano, Raúl Trejo, “con este modelo de financiamiento, el gobierno español confía disminuir el creciente peso que la deuda y el subsidio para RTVE significaba sobre el presupuesto público” (Trejo, 2010: 36).

Por medio de esta ley, se ha reforzado jurídicamente características como la universalidad del servicio, la pluralidad, y la diversidad cultural y lingüística:

El artículo 4 de la nueva ley española reconoce: Todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una pluralidad de medios tanto públicos, comerciales como comunitarios, a la existencia de una diversidad de fuentes y de contenidos y la existencia de diferentes ámbitos de cobertura (Trejo, 2010: 37).

Mediante esta ley, el Estado español logró fijar una postura frente a la relación que pretende mantener con la radiodifusión pública y pudo definir la noción de *servicio público*:

Un servicio esencial para la comunidad y la cohesión de las sociedades democráticas que tiene por objeto la producción, edición y difusión de un conjunto de canales de radio y televisión con programaciones diversas y equilibradas para todo tipo de público, cubriendo todos los géneros y destinadas a satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española: difundir su identidad y diversidades culturales: impulsar la sociedad de la información: promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso de los grupos sociales y políticos significativos (Trejo, 2010: 39).

A diferencia de casi la mayoría de los países europeos del sur, España fue el país que se empezó a preocupar por hacer frente a la expansión de un modelo comercial de medios de comunicación al fortalecer la corporación de radiotelevisión pública.

Hasta la fecha, tanto la prensa como los medios audiovisuales privados se han encargado de orientar la discusión nacional en favor de los intereses de los grupos hegemónicos en el poder. Medios como *La Razón*, *El ABC*, *El Mundo* y *TV5* (propiedad de Silvio Berlusconi), se habían convertido en respaldo para la política neoliberal del gobierno de Aznar, de orientar valores entre la población, de estereotipar fenómenos sociales recientes, como la inmigración, y de difundir los valores positivos del libre mercado, a través de sus periodistas.

Europa del sur ha vivido una situación contraria a la de España. Por una parte, en Italia, Grecia y Portugal el Estado ha permitido la privatización de la industria

audiovisual, prácticamente apartándose de su tarea como regulador de los medios de comunicación.

Italia es un país cuya radiodifusión ha sido muy dependiente al poder de los partidos políticos. Hallin y Mancini explican que en los años ochenta “los programas de noticias en cada emisora reflejaban el espectro total de los partidos políticos italianos: la forma típica de los noticiarios en este periodo resumía los eventos y después presentaba los comentarios de varios partidos políticos” (Hallin y Mancini, 2004: 108).

En esta nación—cuyas políticas gubernamentales en este siglo se han ido alejando de la social democracia—la Radiotelevisión (RAI) se financia más por los fondos obtenidos a partir de la desmedida publicidad que por fondos públicos. Hasta el 2003, de los 2 mil 594 millones de euros de los que la RAI se nutría al año, mil 006 millones de euros provienen de publicidad y patrocinios, contra un millón proporcionado por el gobierno (González, 2005).

Durante el gobierno de Silvio Berlusconi, la intención por privatizar los medios públicos en Italia—aunque éstos poseían hasta el 2016 la titularidad de medios públicos—dejó a una audiencia desganada por pagar el canon anual (por derecho a tener televisión) que ascendía a cien euros al año. Entre otras cuestiones, porque no recibían una programación de calidad y también porque contaban con un Consejo de administración con poca representación plural. Sobre todo, con la renuncia de la presidenta de la RAI, en el 2004, Lucia Annunziata y otros consejeros por los abusos gubernamentales, en el mismo gobierno de Berlusconi, el órgano se quedó con cuatro miembros del ala del ex ministro. Ante tal coyuntura, que ha afectado hasta nuestros días, en Italia una incertidumbre del servicio público.

Según Bustamante:

En los inicios del tercer mandato de Berlusconi como primer ministro, y pese a la aprobación reciente del ‘Contratto de Servizio’ 2007-2009 con el Ministerio de Comunicaciones, los planes y anteproyectos gubernamentales sobre el desmantelamiento de la RAI, todavía extraoficiales, parecen traer malos augurios sobre el audiovisual público... Berlusconi ha comenzado a interferir en contenidos y directivos de la radiotelevisión pública (Bustamante, 2008: 191).

Italia es probablemente el país en Europa en donde el modelo neoliberal, hasta estos momentos, ha obtenido frutos abundantes y donde los ciudadanos han perdido canales de discusión en la vida pública.

2.1.4 El *servicio público* de radiodifusión en Norteamérica

En Norteamérica, el estudioso del *servicio público*, Gaëtan Tremblay, expone la definición de servicio público desde una perspectiva jurídica y argumenta que es imposible encontrar un concepto único: “La noción del servicio público no se reduce en sus aplicaciones al campo de la radiodifusión. Está en el corazón mismo de la concepción de la función del Estado en las democracias liberales” (Tremblay, 1988: 57). El servicio público “es un principio de legitimación del ejercicio del poder” (Tremblay, 1988: 57) y se remite al interés general.

La reflexión sobre este tema se nutre de dos aproximaciones: “la tradición francesa del servicio público y la tradición norteamericana de la *utilidad pública*” (Tremblay, 1988: 57).²² Mientras la tradición francesa se circunscribe ampliamente en el papel del Estado en los asuntos de interés general, el norteamericano está más intrínseco a las obligaciones de las empresas que afectan al interés general; es decir, cuáles son las bases económicas, políticas y jurídicas del sector transporte, energético y de comunicaciones en la sociedad. Independientemente de los diferentes acercamientos de cada tradición sobre el concepto, los cuales provienen de razones específicas en las que se conformaron cada una de sus sociedades, las convergencias son mayores y se centran en los siguientes argumentos:

El servicio público o las empresas de utilidad pública inciden en actividades relacionadas con el interés general; corresponde al Estado decidir lo que es de interés general; la gestión de un servicio público puede entregarse a empresas públicas o a empresas privadas; las empresas de servicio público deben cumplir las exigencias de continuidad de servicio, accesibilidad o igualdad y adaptabilidad (Tremblay, 1988: 14).

En este sentido, la tradición norteamericana otorga la gestión de los servicios públicos a organismos privados, lo cual ha conducido al Estado a crear instituciones que regulan el trabajo de las empresas privadas orientadas a quehaceres de interés público. Estas entidades tienen poder de regulación frente al ejecutivo, son independientes de los tres poderes y de los partidos políticos, pues su objetivo es velar porque las empresas privadas gestionen en función del interés general. Sólo dependen del congreso, quien aprueba su normatividad (Tremblay, 1988).

²² Nota del autor: En el texto aparece la palabra “*Public Utilities*”; sin embargo, se creyó conveniente utilizar el término en español, “*utilidad pública*”.

Los críticos de la tradición de la utilidad pública dicen que las empresas son improductivas económicamente. Sin embargo, su análisis no se puede basar sólo en términos económicos. Como se explicará más adelante, existen organizaciones como la de radiodifusión pública, cuyo objetivo principal no es conseguir la máxima rentabilidad económica, sino una que le permita proteger el derecho de la sociedad a la información. Para llegar a dicha noción del servicio público de radiodifusión, Tremblay esboza primero el concepto de servicio público desde el ámbito normativo, independientemente del servicio que se trate. Desde principios del siglo XX—dice el autor—los juristas se preocuparon en profundizar en el debate de este concepto, pero debido a su complejidad y función en las sociedades, la discusión sigue candente hoy día. Tremblay (1988) sitúa la definición con base en cuatro criterios:

a) Tipo de actividades: Lo que refiere a las tareas de “interés general de una colectividad” (Tremblay, 1988: 57) que varían de sociedad a sociedad y que dependen de los contextos sociohistóricos.

b) El criterio orgánico: Se relaciona con quién tiene la responsabilidad del servicio público. El Estado está implícitamente relacionado con éste, pues es quien lo forma y lo regula; pero su gestión puede ser comandada por una empresa pública o privada (Tremblay, 1988).

c) El criterio formal se explica en la cuestión legislativa, “la última instancia en donde se decide la erección de un servicio público” (Tremblay, 1988: 57), y se fundamenta en el bien común; “las lagunas del sector privado ante la consecución de determinados objetivos colectivos, y la forma y grado de control que se consideran necesarios” (Tremblay, 1988: 57).

d) El gobierno jurídico cuya función está sujeta al derecho común o a un gobierno de derecho especial. Lo jurídico le otorga a lo público: continuidad al servicio; adaptación al desarrollo tecnológico; e “igualdad de todos los ciudadanos en el acceso al servicio que se trate” (Tremblay, 1988: 57).

Tremblay retoma estos cuatro criterios generales del *servicio público*, para sintetizar la noción de servicio público de radiodifusión.

Una actividad considerada de interés general por una colectividad y como tal reconocida por el Estado. Dicha actividad de interés general no puede abandonarse en la iniciativa privada y al puro juego de las leyes de mercado, y por tanto el Estado asume directamente

su responsabilidad y su control, sometiéndola, si fuera necesario a un gobierno jurídico especial (Tremblay, 1988: 57-58).

Como veremos a continuación, los sistemas de radiodifusión pública de Canadá y Estados Unidos se han erigido con sistemas de financiamiento mixto, los cuales han favorecido la utilidad pública del servicio, con objetivos muy específicos de acuerdo con los contextos sociopolíticos y culturales de cada país.

2.1.4.1 La radio pública en Canadá

Específicamente en Canadá, Tremblay examina que el sistema de radiodifusión, como un servicio público, ha obtenido grandes logros en la promoción de objetivos sociales—accesibilidad, igualdad, derecho público a la información—y culturales—promoción de la creación canadiense, diversidad y calidad de la programación, educación, entre otros (1988).

La Canadian Broadcasting Corporation (CBC) nació en 1932 tras la firma de la Broadcasting Act (Ley de Radiodifusión). Este sistema se pudo consolidar debido a la solidez de sus medidas regulatorias, las cuales se intensificaron en la década de los cincuenta. Durante este periodo, la CBC experimentó diversas formas de financiamiento. En un principio, el financiamiento provino de las cuotas que los concesionarios de la radio comercial pagaban, de publicidad indirecta y de préstamos al parlamento que serían retribuidos con ganancias futuras (CBC, 1985: 1986).

En las décadas siguientes, el Estado le otorgó el respaldo necesario para que lograra fortalecer su misión como medio de servicio público. Así lo establece la Ley Pública correspondiente en 1968:

...Debe ser un servicio de información balanceado, de iluminación y entretenimiento para la gente de diferentes años, intereses y gustos... debe ser extendida a todas las partes de Canadá...ser en inglés y francés... (y) contribuir al desarrollo de la unidad nacional y la identidad canadiense (Blumler, 1991: 161).

Sin embargo, el cambio de política del Estado hacia la radiodifusión pública canadiense sucedió en los años noventa, la cual, desde entonces, amenazó con desmantelar el sistema. Esta situación, entre otras cosas, fue acompañada del despido masivo de personal y del recorte presupuestal que afectó a la programación.

Hoy día, la CBC se sigue financiando de las aportaciones del Estado y de la publicidad aunque eso no le ha valido para enfrentar a una crisis financiera. En años

recientes, ha habido una alta tendencia a la privatización de medios en Canadá. Patricia Ortega considera que dicho proceso está relacionado con la protección del gobierno canadiense a los medios comerciales.

En Canadá ha habido una clara tendencia a la privatización de la radiotelevisión pública tradicional debido a las presiones comerciales y presupuestales que han obligado a la CBC a adoptar cada vez más el modelo del sector comercial, sobre todo en lo que se refiere a la producción (Ortega, P., 2006: 107).

Sin embargo, para Tremblay (1988) es claro que, actualmente, cuando existe una gran oferta de información en Canadá, es necesario fortalecer la tradición de utilidad pública en el sistema de radiodifusión, para que continúe siendo vehículo de la creación y expresión de los ciudadanos canadienses y no meros difusores de programación extranjera. El autor lo afirma de esta manera, porque la propuesta de conferir la gestión del servicio público a manos privadas también ha llegado a ese país, cuya tesis argumenta, como se mencionó anteriormente, que el modelo mixto de gestión y financiamiento no genera una rentabilidad económica exitosa y, por consecuencia, Canadá debería especializarse en determinados rubros económicos. En efecto, dice Tremblay, el argumento es atinado para otros ámbitos económicos, pero en el de la cultura resulta falaz.

Tremblay (1988) es partidario de desarrollar la tradición de utilidad pública bajo un modelo mixto, dado que las condiciones del mercado no han cambiado considerablemente, pese al desarrollo tecnológico. Y de permanecer bajo esta ruta, le permitiría fortalecer la cultura canadiense e identidad nacional, en un contexto geográfico que favorece la importación de productos estadounidenses.

Es impensable, por ejemplo, especializarse en noticias locales, aceptando que las noticias nacionales e internacionales sean producidas por agencias extranjeras. Es impensable especializarse en el documental para importar todos los programas de ficción. Es algo obvio. La cultura es global. La identidad no admite fragmentación (Tremblay, 1988: 62).

A medida que la competencia por difundir información masiva se multiplica dada la incorporación de nuevos medios que ofrecen plataformas digitales, parece ser que la presión es más fuerte para que el Estado canadiense abandone la tradición de utilidad pública y, por consiguiente, la noción del servicio público se degrada. Ante dicha experiencia actual, *¿por qué este servicio debe continuar bajo la regulación del Estado y gestionado en forma mixta?*—Tremblay (1988) expone tres razones sociohistóricas:

En primer lugar, desde el inicio de la radiodifusión en Canadá, el sector privado ha promocionado escasamente la creación y experimentación cultural del país. De hecho, pocos son los ejemplos que muestran que para ellos la calidad es una prioridad. En segundo, la participación del ámbito privado en la radiodifusión canadiense ya es considerable, sobre todo si se le suma la televisión por cable, la televisión de pago y otros servicios especializados de información. Tercero, porque someter la radiodifusión pública a la lógica del mercado, significaría subordinar los objetivos sociales y culturales a las exigencias económicas.

Más allá, la política de radiodifusión canadiense siempre ha sido fortalecer al sector público, traducidas en el mejoramiento de la calidad de programación y no en la proliferación cuantitativa de los canales. Por eso, Tremblay está convencido de que lo mejor es la cercana colaboración entre las emisoras públicas como privadas para ofrecer más opciones plurales de programación, lo cual podría ser gestionado desde la Canadian Radio Television and Telecommunications Commission—CRTC—(Comisión de Telecomunicaciones y de Radio-Televisión y Televisión).²³ Esto también permitiría mantener y fortalecer a este organismo encargado de la regulación de la radiodifusión canadiense, política que haría mantenerlo lejos de presiones de partidos políticos y de grupos económicos privados. En otras palabras, le permitiría continuar con el fin de servicio público como fue constituido en sus comienzos: un servicio con balance en la información, enriquecimiento y entretenimiento para la gente de diferentes edades, intereses y gustos. Debe ser extendida a todas partes de Canadá y ser en inglés y francés, además de contribuir al desarrollo de la unidad nacional y proveer expresiones de identidad multicultural canadiense (Blumler, 1991).

²³ La radio pública en Canadá fue uno de los sistemas pioneros en establecer un Consejo Directivo independiente en el mundo. Anteriormente la Canadian Broadcasting Corporation (CBC) era la encargada de ser juez y parte para el rubro público y privado. Fue en 1958, 22 años después de su creación, cuando se fundó el Board of Broadcast Governors (BBG) bajo una identidad federal independiente. El buen funcionamiento de este organismo, *sui generis* en aquel entonces, impulsa la creación de la Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission—CRTC—(Comisión de Telecomunicaciones y de Radio y Televisión) en 1968, establecida por el parlamento como una autoridad pública independiente. La tarea principal de esta agrupación es proteger el interés público (Blumler, 1991).

2.1.4.2 La radio pública en Estados Unidos

A diferencia del Reino Unido, el advenimiento del servicio público de radio en Estados Unidos es mucho más reciente. Si bien retoma algunas nociones de la BBC, la conformación de la estructura socioeconómica del país norteamericano, propició un servicio público fundado en un modelo de radio pública con participación mixta entre la sociedad civil y el Estado. Su idea proviene del concepto de *Public Utility*, que se refiere a la participación de empresas privadas en servicios públicos (agua; luz; electricidad; teléfono; medios de comunicación) bajo una compleja y estricta regulación del Estado, como mecanismo para subvencionar los costos de los servicios en beneficio de la ciudadanía. Como se explicará más adelante, la participación de las corporaciones privadas en los medios públicos se realiza vía impuestos y donaciones.

El modelo de radiodifusión pública ha luchado por consolidarse en la sociedad en un contexto en el que el modelo de radiodifusión comercial fue el que imperó desde la primera mitad del siglo XX. De acuerdo con Hallin y Mancini, el Estado apoyó a la radio comercial, cuyos representantes argumentaban:

Que ellos deberían tener el control del espectro radioeléctrico porque servían al público en su totalidad, mientras que las estaciones no comerciales pertenecientes a los sindicatos, iglesias y universidades trataban de establecer estaciones de carácter propagandístico, las cuales servían a intereses particulares y sectarios (Hallin y Mancini, 2004: 216).

El mercado de la radiodifusión audiovisual privada se convirtió en uno altamente oligopólico; tres redes compartían la misma audiencia (Hallin y Mancini, 2004: 217). Los autores estadounidenses, John Whitherspoon y Roselle Kovitz en su libro, *The History of Broadcasting*, explican que la corporación General Electric creó la Radio Corporation of América -RCA- (Corporación de Radio de América), la cual adquirió un rol dominante en la comunicación internacional. La organización estaba conformada por GE, Westinghouse, American Telephone and Telegraph y United Fruit. RCA, aparte de producir, también se dedicó a la manufactura y distribución del equipo. En 1926, RCA formó la primera red, la National Broadcasting Company (Whitherspoon y Kovitz, 1989).

Por su parte, la radio no comercial se desarrolló de manera precaria en la primera mitad del siglo XX como radio educativa. La Ley de Comunicaciones de 1917 otorgó la primera licencia a la estación 9XM en Madison, Wisconsin. Las emisoras educativas se

enfocaron en la emisión de programas que las radiodifusoras comerciales no transmitían, pero eran escuchadas por audiencias específicas (Whiterspoon y Kovitz, 1989).

En 1949, Radio Pacifica (KPFA-FM) en la ciudad Berkeley, California, se convirtió en la primera radio comunitaria que comenzó a transmitir una barra programática orientada a las funciones del servicio público. La KPFA-FM fue el antecedente de la radio pública en este país. Rápidamente su principal misión se expandió por todo Estados Unidos y diversas radios, sobre todo, las comunitarias y culturales-universitarias empezaron a replicar su programación. Ante el rápido crecimiento de este servicio, hubo presión de grupos de la sociedad civil, de políticos y periodistas para que se legislara el servicio público e incluso para que se creara un modelo de radio pública, cuya principal característica fuera el servicio público.

El progreso económico que vivió Estados Unidos después de la Gran depresión fue fundamental para que un sistema de radio pública naciera. Por ejemplo, las comunidades, como aquellas establecidas alrededor de la bahía de San Francisco, tenían cierto poder adquisitivo, se les facilitó a) organizar iniciativas ciudadanas como la de Radio Pacifica, b) apoyar a la estación, y c) demandar apoyo gubernamental.

La creación de un sistema público radiodifusión fue también una idea de la clase media que experimentaba movilidad social y que les permitía pensar en mejorar su bienestar social. Quizá, como se explicará más adelante, se marca una visión “elitista” y propia de la “clase media educada” de aquel país.

La Carnegie Commission (Comisión Carnegie) fue creada en 1965 y estableció las bases del sistema de radiodifusión pública. En Estados Unidos primero nace la televisión pública y luego la radio pública.

Junto a otras instituciones como la National Association of Educational Broadcasters (NAEB), la Secretaría de Educación, con sede en la ciudad de Washington DC, buscaban un objetivo común: interconectar programación, ofrecer entrenamiento, realizar investigación y procurar el desarrollo de la TV educativa (Whiterspoon y Kovitz, 1989).

Tres años más tarde, en enero de 1967, a través del documento “Public Television: A Program for Action”, los comisionados listaron 12 recomendaciones en las que enfatizaban la creación de la Corporation for Public Television (Corporación de

Televisión Pública), una garantía de fondos financieros que respaldaran a la Corporación, el establecimiento de centros de producción y de instalaciones para la interconexión de programación en vivo. Dirigido a los norteamericanos y remitido al congreso, la propuesta fue aprobada por el senado y el entonces presidente Lyndon Johnson. Éste último propuso triplicar los fondos financieros para las instalaciones de radio y TV más 9 millones de dólares (Whiterspoon y Kovitz, 1989).

Aunque conseguir acuerdos no fue fácil entre el Congreso y otras instituciones como la National Association of Educational Broadcasters, finalmente se signó la *Ley para la Difusión Pública*. Con ello, el Congreso dio la instrucción para que se instituyera la Corporation for Public Broadcasting—CPB—(Corporación para la Radiodifusión Pública). La CPB se encargaría de asistir económicamente a las estaciones para la producción de programas de alta calidad, de crear estaciones y, sobre todo, de asegurar un máximo de libertad de expresión. La CPB marcaba, hasta cierto punto, su independencia del gobierno y sentó las bases para el establecimiento de la radio pública (Whiterspoon y Kovitz, 1989).

Las estaciones buscaron representación en la CPB, sin embargo, ésta no tenía la capacidad legal para operar sistemas de interconexión, apropiarse de las radiodifusoras o distribuir programación entre las estaciones. Por lo tanto, la enmienda de la radio pública tuvo la necesidad de crear dos unidades que permitieran esta operación. Así fue como se fundó el Public Broadcasting System—PBS—(Sistema de Radiodifusión Pública) para televisión y National Public Radio—NPR—(Radio Pública Nacional) para radio (Whiterspoon y Kovitz, 1989).

Tanto la National Public Radio (NPR) como Public Radio International (PRI)—los dos sistemas principales que conforman la radiodifusión pública—se autodefinen como corporaciones independientes y sin fines de lucro que proveen contenidos con voces diversas y perspectivas globales, y como una fuerza intelectual dominante en la vida americana (PRI, 2007; NPR, 2007).

National Public Radio fue creada en marzo de 1970. Sin embargo, las estaciones reconocían que la radio pública necesitaba una red que produjera. Trece meses después NPR transmitió en vivo el anuncio del fin de la guerra de Vietnam decidido por el Comité

de Relaciones Exteriores del Senado. Dos semanas más tarde se anunciaría el lanzamiento del programa “All Things Considered”.

Hasta nuestros días, la base de la radiodifusión pública en este país se encuentra en una estructura socioeconómica que se convierte en su sostén y en una sociedad civil que participa de diferentes maneras en la radio. Otras características tienen que ver con una cultura de lo público que motiva la participación ciudadana en los contenidos programáticos. Asimismo, el Estado—no obstante las reticencias de algunos grupos políticos como la de los republicanos, ha logrado integrar el servicio público—a un proyecto de nación.

Estas razones permitieron desarrollar una tradición periodística que, hasta nuestros días, favorece a la producción de contenidos de utilidad social que contribuyen a orientar los valores de la sociedad y al debate social (The Freedom Forum Media Center, 1993; NPR, 2010). Otros actores sociales, como políticos y empresarios también han sido clave en la consolidación del sistema de radiodifusión—actores quienes han aprendido a debatir con los ciudadanos y periodistas en los espacios radiofónicos (Looker, 1995). Asimismo, otras instituciones, como las universidades, han contribuido en sus *curricula* a formar profesionales. Incluso, algunas de ellas, como la Universidad de Boston o la Universidad de California, han construido estaciones de radio con barras programáticas orientadas al servicio público.

Erigir una programación de utilidad social fue en parte posible por la conformación de un modelo financiero de participación mixta y sin fines de lucro, en donde se incluía al Estado, ciudadanos y a sectores de la sociedad civil. Este hecho, fomentó en gran parte una autonomía editorial, porque fueron menores las presiones del gobierno o de los empresarios para sesgar los ángulos de las noticias y ejercer la censura.

Hasta el presente, tanto NPR como PRI y otros sistemas de radio regional han creado un modelo de radio con amplia legitimidad entre la sociedad. Steve Salyer—presidente de PRI por más de diez años y uno los impulsores del sistema para ampliar las audiencias a sectores más desprotegidos—considera:

Hemos hecho que la gente nos tome en cuenta seriamente e impulsado la discusión en el cuadrante. No podemos atender a todo el mundo extensamente porque pasaríamos por alto a todos... La polémica que creamos no es para agrandar a las corporaciones o el gobierno. Nuestra tarea es informar. Por eso la gente nos escucha, porque confía en

nosotros, porque contextualizamos los asuntos con lo que pasa en el mundo (Salyer, 1995).²⁴

Actualmente, la radio pública en Estados Unidos se enfrenta a similares problemas que los sistemas de radiodifusión en Europa: cómo hacer una programación más diversa que llegue a escuchas más jóvenes, especialmente a aquellos menores de 25 años. Durante los años noventa, este cuestionamiento fue constante en las redes de programación. Al respecto, Salyer afirmaba en esos años:

La radio pública no ha podido penetrar al igual que la TV pública, ya que la TV a ha sido capaz de expandir su audiencia a otros sectores como los niños. El programa 'Sesame Street' es un ejemplo. La TV pública llega al 85 por ciento de los hogares y un auditorio más joven (Salyer, 1995).

La TV pública no es sólo competencia para la radio pública. La radio comercial domina el cuadrante, ha acaparando la audiencia juvenil y tiene suficientes recursos económicos para innovar con tecnología.

Sin embargo, en el transcurso de este siglo, las redes de radio pública han invertido en tecnología para fortalecer los contenidos. La tecnología permite la posibilidad de crear multiplicidad de formatos y contenidos y experimentar géneros que atraen a audiencias más jóvenes. Se trata de producciones con los que la audiencia puede interactuar.

La programación se encuentra en constante revitalización y esto también hace que se atraigan nuevos escuchas, los cuales, en la primera década de este siglo, sumaban a 27 millones, en una nación en la que el 93 por ciento de los hogares tenía acceso a la radio pública y cuyo costo es de 32 centavos de dólar por contribuyente.²⁵

Hasta nuestros días, la programación muestra evidencias de que ha construido un discurso alternativo al hegemónico. Su trabajo en las comunidades y con ciudadanos marginados ha sido clave para contribuir a mejorar la calidad de vida de los escuchas. Las estaciones han logrado mayor realce dentro de las comunidades a medida de que los procesos migratorios son más complejos. Asimismo, no obstante la autocensura experimentada por los propios periodistas, debido a presiones del gobierno y donadores de corporaciones privadas, después del derribo de las Torres Gemelas en el 2001, gran

²⁴ Entrevista del autor de este trabajo con Stephen Salyer, Minneapolis, 22 de noviembre de 1995.

²⁵ Datos proporcionados por Cheryl F. Halpern, miembro del Consejo ejecutivo de la CPB, durante la VII Bienal Internacional de Radio, ciudad de México, 11 de septiembre de 2008.

parte de las radios han servido como pivote para ofrecer información que otros medios han censurado.

A pesar de que hay una menor participación del Estado en los asuntos públicos, Estados Unidos ha demostrado desde los años setenta que una radio de servicio público puede funcionar, en tanto exista un sistema de comunicación pública y cultura de lo público en el que la ciudadanía y sociedad civil participen en su estructura.

2.1.5 El debate sobre el *servicio público* en América Latina

Antes de abundar en el debate latinoamericano, es importante mencionar que si bien la radio pública no se ha desarrollado aquí como en otras partes del mundo, revisar la situación de la región tiene un valor para el caso mexicano, por la cantidad de similitudes históricas que comparte el devenir de los países de la región (colonización, independencia, subdesarrollo, etc.) y por tratarse de un entorno común. Sin afán de ignorar las diferencias que sí tienen los medios en cada país, en este espacio se tomarán en cuenta básicamente sus generalidades.

La perspectiva sobre la noción de *servicio público* de radiodifusión en América Latina varía de país en país de acuerdo a sus formas sociohistóricas y culturales propias.

En América Latina ha existido una expansión de la radio comercial. En el 2002, según “Julio Cabello, director de Política Editorial de Radio Nacional de Venezuela, estimó la cifra de 225 emisoras privadas en América Latina por cada radio pública. En Venezuela existen 500 emisoras comerciales y sólo una del Estado...” (Norandi, 2002).

En realidad, hasta la fecha, lo que predomina en la región es una radio estatal, cultural, comunitaria, universitaria o sin fines de lucro, pero no una radio pública. Existe una radio no comercial que se ha caracterizado por su dependencia política con respecto de los gobiernos y por su atraso tecnológico. Esta situación ha generado una discusión entre radioastas, directores de emisoras y otros especialistas de América Latina sobre la autonomía política que debe ganar esta radio “con respecto de los gobiernos para convertirse en un mecanismo de apertura a la realidad social” (Norandi, 2002).

En el siglo XXI, en algunas naciones como Colombia, ha habido un avance en el marco jurídico, el cual define la función del Estado en los medios de radiodifusión. Sin embargo, la existencia de esta condición jurídica no ha sido suficiente para que las radios

estatales sean autónomas con respecto al gobierno (Quiroz, 2000: 383). En la Constitución de 1991, el Artículo 75 reconoce que:

El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopólicas en el uso del espectro electromagnético (Serrano, 2006: 49).

En otros países, como Venezuela, a pesar de las distintas propuestas elaboradas en los noventa (1992, 1998) para desarrollar una radiodifusión pública, no se ha podido consolidar un proyecto de medios públicos (Alfonzo, 2000). La investigadora venezolana Elizabeth Safar, reconoce que las raíces de este problema se encuentran:

En la ausencia de un marco de tipo conceptual sobre el carácter público de la [Radio Nacional de Venezuela y la Cadena Venezolana de Televisión, C.A.]. Su inicial definición como medios de gobierno—al igual que ocurrió en otros países de América Latina hacia las décadas de los años cuarenta y cincuenta—y su uso con fines proselitistas que fue progresivamente consolidándose, dio al traste con la posibilidad de convertirlos en genuinos servicios públicos, no adscritos al poder ejecutivo ni dependientes de los partidos políticos en el ejercicio del poder (Safar, 2000: 453).

En el siglo XXI, la preocupación sobre el papel del Estado frente a la radio estatal en la mayoría de los países de esta región ha sido motivo de un debate intenso en grupos de académicos y periodistas. Sobre todo, debido a la importancia que tiene el servicio público para ejercer, entre otras cuestiones, la práctica cotidiana del derecho público a la información y a la libertad de expresión de los ciudadanos.

La alta concentración de medios privados que existe en la región ha limitado, debido a su influencia política en los gobiernos, el desarrollo de la radiodifusión pública. Alma Rosa Alva de la Selva señala que:

En los países latinoamericanos existe un alto índice de concentración en prácticamente la totalidad de los segmentos de dichos sectores, con el impulso de un proceso centrípeto y monopolizador. Ese acaparamiento oligopólico, que abarcó décadas del desarrollo de la radio y la televisión en América Latina, llegó hasta los tiempos de la convergencia, cuando en los escenarios digitales sobresalen de nuevo los conocidos nombres de los grandes consorcios: Televisa, en México; Grupo Cisneros, en Venezuela, O'Globo, en Brasil (Alva de la Selva, 2010: 33-34).

La preocupación por la situación de la radiodifusión estatal se intensificó en este siglo, como parte del discurso promocional de los gobiernos de centro izquierda que paulatinamente empezaron a llegar al poder en varios países latinoamericanos. Hubo preocupación por los gobiernos, como el de Argentina, acerca de cómo poner en marcha

políticas de comunicación social que fortalecieran el desarrollo democrático de los países. Particularmente, en relación con la radiodifusión pública, los cuestionamientos giraron en torno a: financiar y legislar estos sistemas con el fin de sanear su funcionamiento normativo; construir audiencias más plurales y universales; lograr independencia editorial.

El rol del Estado en el *servicio público*—no sólo el de radiodifusión—era importante retomarlo dentro de un discurso que promovía valores públicos como la participación ciudadana, la igualdad social y el acceso universal a la información en un contexto social de la llamada era digital. Esto era cierto sobre todo en un momento histórico en el que los gobiernos predecesores, específicamente aquellos neoliberales de la década de los noventa, habían favorecido las dinámicas del libre mercado. Argentina fue un ejemplo: una de las primeras acciones de gobierno que encargó Ernesto Kirchner al entonces jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires, Aníbal Ibarra, cuando llegó al poder, fue reestructurar la llamada radio de Estado en aquella capital (Vívori, 2005). Después de un largo debate público en el que participaron varios sectores de la sociedad, el 10 de octubre de 2009, se promulga la nueva ley de medios de comunicación que reemplaza a la de 1981. Alva de la Selva observa que la ley respalda a:

La participación por partes iguales en el espectro radioeléctrico a entidades sin afán de lucro, a las de fines comerciales y las correspondientes al Estado; ofrece garantías a la libertad de expresión y reconocimiento del derecho a la comunicación de los pueblos indígenas (Alva de la Selva, 2010: 33-34).

Sin embargo, la autora observa:

Esas y otras varias disposiciones del nuevo marco legal argentino hacen ver que se trata, sin duda, de una ley democratizadora que por tanto se topará—se topa ya—, con el poder mediático local y la estructura de concentración en las industrias culturales y de telecomunicaciones que lo sustentan, en una configuración construida a lo largo de décadas por las empresas de medios y sus vinculaciones externas. Así, la ley se enfrenta al poder de los grandes grupos económicos mediáticos, que pretenden echar abajo el nuevo marco legal (Alva de la Selva, 2010: 33-34).

El investigador y productor Valerio Fuenzalida ha estudiado los anteriores aspectos por más de 30 años. Aunque su trabajo ha estado más enfocado en la televisión, Fuenzalida (2002) encuentra que el debate sobre la radiodifusión pública en la pantalla chica ha sido similar al de la radio.

Para construir su argumento principal sobre la noción del servicio público, considera que la discusión actual sobre el concepto parte de tres premisas: 1) El servicio público se enfrenta a una audiencia que quiere convertirse en emisor; 2) la audiencia se segmenta en múltiples intereses; 3) las condiciones tecnológicas hacen que la radiodifusión pública compita con más ofertas programáticas.

Para el autor, “los medios públicos no persiguen la finalidad de lucro” (Fuenzalida, 2002: 128). Su noción no tiene que ver ni con la propiedad ni el financiamiento, porque “puede ser muy distinta en manos de iglesias, universidades, municipalidades, gobiernos federales o regionales, ni un determinado contenido porque pueden ser extraordinariamente distintos... ni la forma de financiamiento que... puede ser bastante variada” (Fuenzalida, 2002: 132). Las emisiones y los contenidos pudieran cambiar de país en país, pero la finalidad sin lucro es universal para cumplir con la definición de lo público. Esto se debe a dos razones fundamentales:

1) Los medios públicos buscan servir a otros intereses que no son los del lucro, “son medios que tienen que estar al servicio de una multiplicidad de intereses y expectativas de la audiencia que es imposible satisfacer por un único canal” (Fuenzalida, 2002: 132). Ya no es posible servir, como hace varias décadas, con un par de estaciones públicas a todo un país.

2) “La segmentación es una realidad; la segmentación de intereses, de público, y por lo tanto eso nos debería llevar a pensar en un concepto de [radiodifusión] pública que más bien está conformado por un conjunto de canales” (Fuenzalida, 2002: 132).

En otras palabras, muchos canales o emisoras sin finalidad de lucro, para una audiencia diversa y multicultural es el punto nodal en donde, a opinión de Fuenzalida, se centra el debate actual sobre el servicio público en América Latina. De aquí que, los sistemas de radiodifusión universitaria, no deben ser excluidos de esta noción, porque “existen en muchos de nuestros países en América Latina” (Fuenzalida, 2002: 132) y su cobertura puede ser regional o nacional, y cuyos contenidos son decididos por la universidad. Estas instituciones (privadas o públicas) “pueden legítimamente tener intereses distintos y por lo tanto hacer énfasis distintos en sus contenidos de programación, también pueden tener financiamientos muy visibles, digamos por financiamiento el que otorga la propia universidad o en combinación con otras

instituciones...” (Fuenzalida, 2002: 129). Su propuesta incluye a emisoras o canales cuyos fines sean no lucrativos: iglesias, aquellos municipales, regionales (como los de México o Alemania), porque finalmente prestan un servicio público (Fuenzalida, 2002: 130).

Dada la historia dictatorial durante la década de los setenta y ochenta en gran parte de los países latinoamericanos, en el siglo XXI ha sido importante fortalecer la democracia mediante contenidos que aseguren el pluralismo político y cultural y lleguen a todos los puntos de los países. Fuenzalida respalda la pluralidad y universalidad de contenidos, mediante una “diversidad estética de distintos gustos” sin que se subordine a “ciertos gustos estéticos de las clases dirigentes culturales” (Fuenzalida, 2002: 134). Asimismo, éstos tienen que ser de “buena calidad, con información plural, una información no al servicio del gobierno en turno, una información en boca de los propios opositores del gobierno, criticando al gobierno y que [generen] espacios de discusión sobre los problemas” (Fuenzalida, 2002: 132).

En América Latina existe ya esta riqueza de opciones, simplemente, considera el investigador, tienen que articularse de forma autónoma, por intereses comunes, “por ventajas que van negociando en sí mismos” (Fuenzalida, 2002: 131). Sin embargo, mientras no se potencialicen, seguirán sirviendo como sistemas de radiodifusión llamados de Estado o de servicio público, pero que en realidad funcionan de propaganda para el gobierno en turno. Su objetivo es el control o desprestigiar a la oposición política. En esta región del mundo, tradicionalmente han estado más al “servicio de intereses corporativos, básicamente políticos, antes que servir al público y a la audiencia” (Fuenzalida, 2002: 132). Además, muchas veces estos sistemas son mal administrados e incluso ha existido corrupción.

2.1.6 Problemas comunes en el debate internacional

Hasta aquí se han descrito características que se han considerado esenciales para entender diferentes sistemas de radio de servicio público en el mundo y se ha analizado cómo se enfrentan a distintas problemáticas de acuerdo a su sistema político en las dos primeras décadas de este siglo.

No hay un concepto único de servicio público; éste adquiere significado de acuerdo con el contexto sociocultural de cada nación. En los países de Europa y

Norteamérica, el debate gira en torno a una revisión del concepto de servicio público y de la función social de los sistemas de radiodifusión pública. Mientras que, en América Latina, la discusión se focaliza en cómo transitar de una radiodifusión estatal o gubernamental al establecimiento de una radiodifusión pública con autonomía política y económica. En muchos de estos casos, se coloca en el centro de la discusión la necesidad de construir un marco jurídico que garantice el desarrollo y consolidación de medios de servicio público, empezando por la definición jurídica de los conceptos de servicio público y medios públicos.

Hay cuestiones que parecen ser comunes para los sistemas de radio de servicio público europeo y norteamericanos aquí descritos, donde queda claro que hay una transformación en el concepto y donde existe una mayor tradición en el servicio. Estas naciones han establecido prioridades diferentes en sus modelos de radio pública, entre las cuales se destaca el tema de la regulación (en Francia y España); la autonomía con respecto a los poderes políticos (sobre todo en Francia y el sur de Europa); “la descentralización y el acceso plural” a los medios (Ortega, P. 2007: 88), y la situación presupuestal en prácticamente todos los países.

Es importante mencionar que los casos incluidos enfrentan constantemente, la misma amenaza: los impactos de la economía de mercado en la radiodifusión pública. Entre las problemáticas comunes a las que se enfrentan los países analizados se traducen en:

1) La noción de servicio público está constante revisión, porque sus fines no son los mismos en la sociedad de la Información que aquellos de la posguerra: los sistemas iniciaron con el fin de reforzar la identidad nacional en cada nación, promover la cohesión social y defender los valores culturales característicos de las sociedades europeas, etc. Hoy estos medios enfrentan el reto de responder a las necesidades de sociedades multiculturales y políticamente más complejas. De aquí que, independientemente del país, la revisión del concepto tiene que ver con la forma en que las radios de servicio público atienden a las mayorías y minorías sociales y “la función que cumplen o están dejando de cumplir las televisoras [y radios] públicas para el desarrollo del debate en el espacio público como manifestación de la democracia avanzada...” (Ortega, P. 2007: 89)

Otra de las características de la redefinición del concepto se debe a cómo los sistemas de radiodifusión pública hacen frente a una crisis propiciada por la desregulación que ha dado fortaleza a la radiodifusión privada.

2) Definir políticas públicas que vinculen los sistemas de servicio público a un proyecto de nación; transmitir contenidos de utilidad social para una sociedad cada vez más diversa y plural; incluir más voces que representen a los grupos sociales a través de productores independientes; lograr el acceso universal cuando las sociedades tienden a ser más desiguales; producir contenidos plurales para naciones multiculturales; mantener un periodismo independiente; redefinir el papel de los consejos audiovisuales que representan diversos grupos de la sociedad; brindar a los ciudadanos, mediante este servicio, el derecho a la información; contribuir a fortalecer la identidad nacional, construcción ciudadana y a potencializar el debate en el espacio público.

3) El servicio público tiene que incluir una programación de utilidad social, incluso para algunos autores, estética, ética y de calidad, en todos los géneros y para todos los ciudadanos. Debe tomar en cuenta las minorías de la sociedad y los grandes temas críticos de una sociedad. Especialmente los sistemas de radiodifusión pública comparten la problemática de crear contenidos dirigidos a los inmigrantes con el fin de que puedan contribuir a su integración a las sociedades.

4) El servicio público se remite al interés general y es una obligación del Estado. La gestión de un servicio público puede entregarse a empresas públicas o a empresas privadas; las instituciones de servicio público deben cumplir las exigencias de continuidad de servicio, accesibilidad o igualdad y adaptabilidad. La actividad de interés general no puede abandonarse en la iniciativa privada y al puro juego de las leyes de mercado, y por tanto el Estado asume directamente su responsabilidad y su control, sometiéndola, si fuera necesario, a un órgano jurídico especial.

5) El servicio público no persigue la finalidad de lucro. Su calidad de público no tiene que ver con el origen de su financiamiento. La radio de servicio público tiene que difundirse por varios canales de comunicación que tomen en cuenta la diversidad de intereses de los grupos sociales.

Como se ha analizado, la expansión del neoliberalismo ha impuesto nuevas condiciones en el desarrollo del servicio público en las primeras décadas de este siglo. No

obstante las presiones de la supremacía de los valores del mercado, en la mayor parte de Europa occidental se ha mantenido el interés por actualizar y fortalecer a los medios públicos de radiodifusión.

Nuevos retos se imponen a estos medios, pero es cierto que prevalecen los valores y las funciones fundamentales: la universalidad, la atención de la diversidad social y cultural, y la pluralidad política. Asimismo, existen condiciones como la exigencia de una programación distinta a la que se difunde en los medios comerciales.

Si bien México no es idéntico a cualquiera de los casos analizados, comparte condiciones de las cuales se puede obtener un aprendizaje o situaciones que en otros sitios han sido resueltas. De estas experiencias, se tomarán las condiciones y los rasgos más relevantes observados en la revisión que aquí se ha hecho de los modelos de radio de servicio público en otros países, así como de aquéllos sostenidos por los autores estudiados. Esto, con el fin de acercarse a una definición que sea útil para el análisis del caso mexicano y con el propósito de establecer las características fundamentales que permiten el análisis del servicio público de radiodifusión.

Nociones críticas del servicio público de radiodifusión¹

Nociones críticas del servicio público de radiodifusión	Autor	Noción de servicio público
	Enrique Bustamante (España)	El servicio público tiene que incluir una "programación de calidad, estética y ética, en todos los géneros y para todos los ciudadanos pero con instrucciones concretas de atención especial a las minorías más inermes de la sociedad (infancia y juventud, tercera edad, discapacitados, minorías étnicas, inmigrantes...) y a los problemas sociales más candentes actualmente (Sida, alcoholismo, maltrato a la mujer, accidentes de tráfico)". ²
	Gaëtan Tremblay (Canadá)	El servicio público "es un principio de legitimación del ejercicio del poder" y se remite al interés general. Corresponde al Estado decidir lo que es de interés general; la gestión de un servicio público puede entregarse a empresas públicas o a empresas privadas; las empresas de servicio público deben cumplir las exigencias de continuidad de servicio, accesibilidad o igualdad y adaptabilidad. Dicha actividad de interés general no puede abandonarse en la iniciativa privada y al puro juego de las leyes de mercado, y por tanto el Estado asume directamente su responsabilidad y su control, sometiéndola, si fuera necesario a un régimen jurídico especial.
	Valerio Fuenzalida (América Latina)	El servicio público no persigue la finalidad de lucro. Su noción no tiene que ver ni con la propiedad ni el financiamiento, porque pueden ser muy distintas. Esto se debe a tres razones fundamentales: 1) Los medios públicos buscan servir a otros intereses que no son los del lucro, "son medios que tienen que estar al servicio de una multiplicidad de intereses y expectativas de la audiencia que es imposible satisfacer por un único canal". 2) La segmentación de intereses y de público llevan a pensar que la radiodifusión pública se difunde por varios canales. 3) La homogeneización cultural es un ideal superado en varios países; hoy día ha sido sustituido por la multiculturalidad.
	Patricia Ortega (México)	El servicio público tiene lugar en una emisora pública que transmita "programación de calidad, que cumpla con informar, entretener, educar y difundir la cultura tomando en cuenta la pluralidad social y la diversidad de intereses de mayorías y minorías. Una función así, debe tomar en cuenta el interés general de la sociedad y procurar el bien común de la nación". La transmisión también tiene que ser universal, y que en "los contenidos de estos medios se vea reflejada la diversidad y pluralidad [cultural y política] de los ciudadanos que conforman la nación".

¹ Cuadro de elaboración propia

² Bustamante, Enrique, "Radiotelevisión Española y su reforma", en revista *Etcétera*, mayo de 2005.

2.2 El concepto de servicio público de radio

Después de revisar diferentes perspectivas sobre la noción de servicio público desde distintos autores y tras haber estudiado modalidades representativas de sistemas de radio pública en el mundo en el contexto neoliberal, se ha evidenciado que no hay una noción única y definitiva que explique el concepto. Cada país ha desarrollado su propia noción de acuerdo con su contexto sociohistórico y la relación que el medio ha establecido con el Estado y la sociedad; así como con las condiciones impuestas por el mercado de la industria audiovisual.²⁶

Algunas naciones del mundo, sobre todo las más democráticas, han podido poner en marcha este servicio como una forma de garantizar a sus ciudadanos el derecho a la comunicación, para contribuir a la ampliación del debate en el espacio público y a la construcción de la ciudadanía principalmente. En estos días, esta noción continúa en revisión y legitimándose en el marco del neoliberalismo. A pesar de los cambios económicos y tecnológicos en el mundo en las últimas décadas, se sigue discutiendo en diferentes países la necesidad de mantener a los servicios de radiodifusión pública, porque se ha revaluado la contribución que han hecho al desarrollo cultural y democrático.

No obstante que son muy distintas las nociones, se observa que existen condiciones que son comunes y forman parte del concepto mismo del servicio público, o bien, establecen sus principios básicos. Son condiciones que el Estado garantiza y desde donde el medio se define e instituye responsabilidades; las citamos a continuación:

- 1) Institucionalidad
- 2) Universalidad
- 3) Finalidad de no lucro
- 4) Autonomía económica y política
- 5) Participación social

A partir de estas condiciones retomadas de los modelos internacionales de radiodifusión pública revisados y las posturas de los autores estudiados, en las siguientes líneas se definirá el concepto de servicio público que se utilizará en este trabajo:

²⁶ La noción de *servicio público* es diferente a la de *medio público*: El servicio público es el rasgo más importante que define la existencia de un modelo de radio pública.

1) Institucionalidad.—El marco jurídico principalmente le otorga institucionalidad a un medio. Patricia Ortega afirma que:

Lo que le da el carácter de público a un medio es, en primer término, su naturaleza jurídica, es decir la manera como es conceptualizado y delimitado por una ley o normatividad específica. Por otra parte está su función de servicio. En la práctica estos factores adoptan una modalidad particular de acuerdo con la institucionalidad que el medio adquiera en un contexto histórico determinado (Ortega, P., 2006: 49).

El marco jurídico ha sido el soporte del desarrollo del servicio público de radiodifusión en los países que hemos mencionado. En Estados Unidos, por ejemplo, fue un paso previo para respaldar a los contenidos. Anteriormente mencionamos que, en 1967 se publica el Decreto de Radiodifusión Pública (*Public Broadcasting Act*) y en 1970 nace NPR, cuyo noticiario *All Things Considered* marca la pauta para iniciar la programación con orientación de servicio público.

La regulación de la radiodifusión pública ha sido, en este siglo, un tema de debate en distintas naciones debido a los adelantos tecnológicos y la situación económica, entre otras razones. Algunos países, como España y Argentina, hace unos años reformaron sus leyes con el fin de actualizar los objetivos y funcionamiento de los medios públicos. A pesar de los cuestionamientos sobre la forma en la que se aprobaron las leyes, la definición jurídica ha sido esencial para que el Estado garantice la difusión del servicio público con el fin de ampliar la discusión en el espacio público y contribuir a que los ciudadanos ejerzan la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y construyan su identidad ciudadana y la democracia (Serrano, 2006: 7-8).

En los países que aspiran a consolidar una democracia, el servicio público funge como una de las múltiples funciones sociales del Estado moderno, a través de la cual éste debe ampliar el bienestar de la sociedad y promover la vida pública a favor del bien común. De acuerdo con Serrano, el servicio público está “orientado a la satisfacción de necesidades de la sociedad, surgidas con relación al bien público y al interés público y cuya responsabilidad de prestación, corresponde principalmente al Estado” (Serrano, 2006: 3).

El marco jurídico es también importante para establecer las políticas institucionales de un medio público, las cuales delinear la responsabilidad y compromiso social de la emisora independientemente del director en turno. Cuando no hay una

regulación ni políticas institucionales claras como lo ocurría en México en la primera década de este siglo, “se propicia—como lo observa Ortega, P. en el caso de México— que existan condiciones desiguales en su operación y administración” (Ortega, P., 2007: 200)

2) Universalidad.—Se refiere al alcance geográfico y de los contenidos de la radiodifusión. Es una forma mediante la cual el Estado puede ampliar el bienestar social a los ciudadanos que se encuentran en diferentes partes del país. El Estado garantiza que todos los ciudadanos tengan acceso al servicio público.

Sistemas de radio pública, como la ABC en Australia (ABC National y ABC local) o la BBC (específicamente “Radio 4”), son ejemplos de cómo se puede cumplir la universalidad, porque su servicio llega a prácticamente todos los puntos del Reino Unido. Con ello los ciudadanos se pueden enterar de los asuntos de la vida pública que ocurren en la nación.

Como se ha analizado, dadas las características de las sociedades contemporáneas, cada vez es más importante que el principio de universalidad se logre a través de contenidos plurales y diversos, porque no basta con que exista alcance geográfico, sino también el acceso de los diferentes grupos políticos y socioculturales (mayorías y minorías) que convergen en una nación sin importar sus intereses, gustos o hábitos.

No obstante los logros de las corporaciones de difusión pública de la Europa socialdemócrata durante el periodo de la posguerra, cada día existen radios que cubren universos más locales y regionales. Los modelos públicos de radio de Estados Unidos, Australia y Canadá han creado redes de programación y estaciones que proveen de programación en este nivel. Una de las razones se debe a que es difícil atender con los mismos contenidos a toda una nación con características muy diversas; asimismo porque las producciones nacionales son muy caras. Lo más importante es que la regionalización de la universalidad ha mantenido niveles de calidad e incluso, en algunos casos, como la emisora “Pacífica Radio”, en California, han consolidado audiencias muy participativas. En España, por ejemplo, el principio de la universalidad se promueve mediante la producción interna, “potenciando la descentralización territorial de acuerdo con las tradiciones y ventajas comparativas de cada centro regional” (Bustamante, 2005).

3) Finalidad de no lucro.—Es una de las características centrales que definen al servicio público, porque por principio no se puede lucrar con contenidos para un grupo o una persona en particular. El lucro está intrínsecamente relacionado con los intereses personales, mismos que en cualquier momento pueden hacer cambiar el eje programático en beneficio de la publicidad, intereses políticos o financieros. El servicio público, por el contrario, busca servir a una gran diversidad de escuchas ya sea en una esfera local, nacional o supranacional (Fuenzalida, 2004: 128).

Cuando existe un objetivo de lucro en un empresario, como es en el caso de la radio comercial en Estados Unidos, Brasil o México, la programación se realiza en función de la publicidad y la rentabilidad que ésta puede generar, y no en beneficio de los escuchas. El servicio público de radio orienta los valores de una sociedad a través de la programación, por lo que programar de acuerdo a las necesidades de los patrocinadores se contradice con los objetivos del servicio público.

4) Autonomía económica y política.—El Estado garantiza las condiciones para que haya autonomía y los medios tienen que comprometerse a ejercerla.

La autonomía económica es uno de los rasgos que más ha causado cuestionamientos y discusión debido a las modificaciones en el financiamiento de los medios públicos en años recientes. El modelo de financiamiento de una radio pública no es igual al lucro. Hoy día, existen diversas formas de financiamiento para el servicio público que no buscan rentabilidad económica para negocio personal sino para el beneficio de las radiodifusoras.

Valerio Fuenzalida (2000) identifica cuatro tipos de financiamiento para subvencionar la programación: 1) El financiamiento público por canon o por subsidio gubernamental. 2) El financiamiento publicitario. 3) El pago directo por consumo. 4) El modelo mixto.

En el debate internacional, los cuatro modelos son cuestionados y cada país ha ido resolviendo la forma de financiamiento de diferente manera. Algunos sistemas no han estado de acuerdo con un financiamiento pleno de estos medios en el mercado. Estos medios han regresado al modelo de financiamiento del Estado (Francia y España). El financiamiento público por canon o por subsidio gubernamental también se está discutiendo, debido a la introducción de la tecnología y a que ciertos grupos políticos y

económicos, generalmente los más conservadores—como en el Reino Unido—no están de acuerdo en que el Estado tenga que asistir a la radiodifusión pública.

Independientemente de la postura sobre el financiamiento, cierto es que las experiencias de los modelos estudiados demuestran que cuando un medio tiene su financiamiento propio puede cumplir con mayor facilidad sus funciones como institución de servicio público y mantener su autonomía con respecto a grupos poderosos.

Ya se ha explicado cómo los países de Europa y Norteamérica siguen enfrentando recortes presupuestales severos que los limitan para desarrollar producciones que implican mayores recursos económicos. Esto se debe a que los costos para mantener corresponsales en diversas partes del mundo o financiar festivales de música—por citar algunos ejemplos—son cada vez más elevados.

Cada país ha ido resolviendo esta problemática de distinta forma. El sistema de radio pública en Estados Unidos es uno de los modelos que más ha diversificado sus formas de financiamiento. Se subvenciona por una asignación presupuestal anual del Estado, pero también por recursos que provienen de patrocinios de corporaciones y fundaciones, y donaciones voluntarias de individuos. Incluso, *Minnesota Public Radio*, tiene una propia empresa, cuyos dividendos nutren en su totalidad a aquella estación. Es decir, es parcialmente autónoma del gobierno financieramente, pero sin fines de lucro.

Si el modelo mixto de financiamiento en Estados Unidos funciona, es porque está debidamente legislado y existe una sociedad que puede respaldarlo. Por ejemplo, los escuchas creen en las donaciones, porque históricamente entienden este acto social como una manera de luchar contra la tiranía del gobierno (Tocqueville, 1984). De no ser reglamentado, el modelo podría fracasar y su legitimidad podría ser altamente cuestionada por la sociedad.²⁷

El éxito de la forma de financiamiento radica en la utilidad social de los contenidos, el pago justo a los profesionales que trabajan en la radio y la legitimidad que le otorgue la audiencia al servicio público de un país.

²⁷ En últimas fechas, el debate sobre las donaciones de corporaciones, para patrocinar causas sociales, ha sido criticado en distintas regiones del mundo, pues los donativos llegan a ser exentos de impuestos en su totalidad. De tal modo, dicha causa social, es interpretada como la utilización de un “fin público” para beneficiar intereses personales. Para mayor información sobre esta discusión, véase la edición del periódico *La Jornada* del día 12 de marzo de 2007.

La autonomía de intereses comerciales y de grupos políticos es una condición fundamental en los medios públicos. De acuerdo con Patricia Ortega:

El control y la evaluación de las funciones de los medios públicos o de Estado no deben estar sujetas a los intereses particulares de grupos o personas. Para evitarlo, se requiere de una estructura administrativa autónoma a los intereses de gobierno y a los intereses comerciales. En otros países se ha buscado preservar esa autonomía de las instituciones de comunicación pública integrando a su estructura administrativa y de gobierno comisiones o consejos con una representación plural de la sociedad. Muchas veces se trata no sólo de órganos de consulta y evaluación sino también de espacios de decisión. Tales consejos evalúan el funcionamiento de sus medios, cuidan que se cumplan los principios del servicio público, participan en las discusiones que orientan el quehacer de esos medios, son un importante puente de relación entre la sociedad y el medio y en algunos casos incluso intervienen en la designación de sus directores (Ortega, P., 2006: 204).

La participación de representantes de la sociedad civil es fundamental en los órganos de consulta. La dinámica de la organización exige un capital cultural especializado por parte de los ciudadanos, que sólo líderes de grupos sociales pueden acceder vía invitación como *decisores*²⁸ de la programación y, en algunas emisoras, en políticas institucionales. En Estados Unidos, por ejemplo, algunos ciudadanos ejemplares forman parte de los consejos de programación,²⁹ pero su visión sobre los contenidos puede llegar a ser sesgada políticamente en beneficio de un sector que no siempre es la ciudadanía.

Estos mecanismos de participación son trascendentales para que se pueda mantener la independencia editorial en la programación, porque se previene que exista subordinación hacia ciertos grupos y se favorece el balance de ángulos editoriales en la programación.

En efecto, el grado de autonomía económica y política de una emisora se refleja en la independencia editorial de una emisora, la cual se ejerce con el respaldo de leyes y reglamentos. Esta condición es también una forma mediante la cual el medio contribuye a ampliar la discusión autónoma y abierta en el espacio público.

²⁸ La palabra *decisores* no existe en el diccionario de la Real Academia. Sin embargo, es un sustantivo usado en el habla oral y escrita para referirse a las personas que toman las decisiones en una institución. Por el dinamismo que evoca la palabra, me permito usarla.

²⁹ *¿Qué es un consejo de programación?*—Tiene varias funciones, pero resaltamos que es una figura representativa que muchas radios de servicio público en el mundo han utilizado para que la administración sea equilibrada y las decisiones sobre la programación sean plurales y equitativas. Generalmente está compuesto por personas que representan los intereses de los diferentes sectores de la sociedad: intelectuales, artistas, académicos, gobierno, organizaciones sociales, gremios, empresarios, y, por supuesto, radioescuchas. Este organismo interno se rige bajo estatus precisos y una vocación no lucrativa.

La autonomía editorial en la programación está estrechamente ligada con la autonomía política del sistema de radiodifusión pública, debido a que es una forma de mantener independencia y respeto con a los gobiernos y los grupos de poder. Esto permite que se produzcan contenidos críticos y no sesgados a los intereses de élites políticas y económicas.

En el quehacer cotidiano de los medios, los productores de los contenidos son indispensables para que la autonomía de un medio se ejerza. Éstos son los responsables más directos de la independencia editorial, porque integran visiones plurales en sus producciones y tienen que evitar las presiones políticas de representantes de diversos grupos de poder.

Los casos exitosos de radiodifusión pública en el mundo que aquí se han revisado se han caracterizado por contar con realizadores y periodistas que tienen preparación profesional y una sólida cultura cívica, lo cual son factores que contribuyen a fortalecer la independencia editorial.

5) Participación social.—Ya se ha explicado cómo la participación de ciudadanos y representantes de la sociedad civil es importante para que se ejerza la autonomía de un medio. La participación es un mecanismo donde convergen actores sociales miembros de una comunidad o país: políticos, ciudadanos, empresarios, y otros líderes de la sociedad civil, etc.³⁰ La participación es condición esencial en el servicio público y así lo es el compromiso ético de los mismos.

La investigadora Rosalía Winocur (2002; 2007) ha investigado ampliamente sobre cómo la radio contribuye a construir ciudadanía mediante la participación ciudadana. Winocur:

Ubica el problema en el surgimiento de nuevas identidades y la pugna de diversos grupos por el reconocimiento y visibilidad de sus intereses. Esta línea de reflexión particularmente desarrollada en Estados Unidos y en Europa a raíz de las reivindicaciones de las minorías, ha ido cobrando importancia en América Latina. El desarrollo de los movimientos sociales y la proliferación de diversos grupos que batallan por el reconocimiento de sus intereses y la legitimación de sus demandas, está llevando a redefinir lo que se entiende por ciudadano, no sólo respecto a la igualdad de posibilidades sino también al derecho de ser diferente (Winocur, 2007).

³⁰ Para profundizar sobre este concepto, consultar los trabajos de Winocur (2002); Cisneros (2001); Prieto (1980).

La autora explica varias características y propósitos que conforman la participación social en los medios de comunicación:

a) El ciudadano puede activamente cuestionar el poder, los códigos sociales, poner en práctica la libertad de expresión y negociar con otros grupos sociales y el Estado en el espacio público. La capacidad de negociación con otros actores también lleva implícito el derecho a informar y a ser informado, de reconocer al otro y ser reconocido por el otro, derecho a conversar y a ser respetado (Martín-Barbero, 2001). Es en este proceso en donde los ciudadanos refuerzan su identidad y donde los grupos sociales obtienen poder y visibilidad.

b) A través del proceso de participación en la producción de los contenidos, los escuchas contribuyen a forjar su identidad como ciudadanos. Asimismo, buscan consensos mediante el diálogo, lo cual puede prevenir a la erupción de fracturas sociales entre individuos y grupos sociales.

Para Winocur:

El desafío para los ciudadanos, las organizaciones civiles y los movimientos sociales no es cómo aparecer en los medios, tampoco cómo apropiarse de ellos, suena tan utópico como hacer de cuenta que no existen, el verdadero reto es aprender a servirse de ellos, para poder incidir en la definición de los tiempos, formas y contenidos de los canales de participación. Esto también implica desarrollar la capacidad de hacer valer sus argumentaciones en el plano discursivo, de crear sentidos colectivos y significados comunes, sin dejar de reivindicar los intereses propios (Winocur, 2007).

c) Al participar en los contenidos y en los consejos consultivos, los ciudadanos defienden los valores del grupo social al que pertenecen. Para Winocur es claro que “los sujetos únicamente se constituyen en individuos públicos en tanto que se convierten en ciudadanos y en tanto que son capaces de tomar decisiones como tales” (Winocur, 2007).

Alejandro Serrano es otro autor quien también ha estudiado la participación social como condición del servicio público de radiodifusión. Serrano afirma que:

La participación de la sociedad civil y de la ciudadanía está en el origen mismo de la formación de la democracia, del derecho y del Estado, y de la determinación del bien y del interés público. No obstante, en el desarrollo histórico la referencia a la soberanía popular y a la voluntad social ha quedado más que nada como término retórico, sin una incidencia significativa en la práctica y ejercicio de la actividad política (Serrano, 2006: Xi).

Como ya se ha estudiado, el proceso de participación social se ha visto mermado en las últimas décadas a partir del debilitamiento del Estado, porque éste no ha podido proveer nuevos mecanismos de participación institucional y fortalecer los ya existentes.

El mercado ha influenciado en las formas de participación social. La participación ha sido limitada en la toma de decisiones en las instituciones políticas; de aquí que, en algunos países europeos y en Estados Unidos, los medios de radiodifusión pública han resuelto la participación con el apoyo de plataformas tecnológicas, como el internet, donde los ciudadanos pueden opinar ampliamente en determinados programas o, como ya se mencionó, mediante la participación en los consejos de programación.

Serrano observa a los procesos de participación en un medio como “una saludable reacción que intenta restablecer la acción del sujeto en la construcción y desarrollo de los procesos históricos” (Serrano, 2006: Xii), porque representan formas de “reconstrucción social y ciudadana” y de la diversidad cultural y plural.

Estas cinco condiciones que acabamos de definir, se traducen en funciones concretas en los contenidos de los medios de servicio público. Es a través de la *utilidad social* de los contenidos que la radio pública cumple con la responsabilidad social y cultural. No basta con que el medio goce de una definición jurídica o de autonomía, sino que tenga un compromiso con la sociedad en sus emisiones cotidianas. Es por ello, la producción de contenidos en las experiencias de modelos de radiodifusión pública exitosos buscan la coherencia con los principios de servicio público.

La utilidad social está íntimamente relacionada con la función que cumple. Los contenidos son el catalizador principal de la existencia del servicio público; además cumplen con una *utilidad social* específica, la cual puede ser evaluada con respecto a cuatro *funciones sociales*:

- 1) informativa
- 2) educativa
- 3) difusión cultural
- 4) entretenimiento lúdico

1) La función *informativa* en el servicio público está relacionada con ejercitar el derecho a la comunicación y la libertad de expresión que tienen los ciudadanos. Por medio del servicio público, el Estado amplía y garantiza dicha práctica necesaria para el

bienestar social y el fortalecimiento de la democracia. Es una actividad con la que diferentes instituciones públicas y privadas, así como diferentes sectores de la sociedad civil comunican asuntos públicos a los ciudadanos (educación, salud, cultura, ciencia, información que ocurre a nivel mundial), para que éstos puedan formar su opinión y tomar decisiones sobre su vida cotidiana y aquellas relacionadas con la política del país.

Serrano explica que la programación de los contenidos deben adoptar el punto de vista del ciudadano y “se debe diseñar con base en la expresión plural de la diversidad que constituye la nación; la cobertura nacional y la expresión descentralizada de la comunidad nacional; la búsqueda creativa de nuevos formatos y la atención a la demanda de públicos minoritarios” (Serrano, 2006: 14).

La diversidad y pluralidad cultural y política particularmente han sido la preocupación académica de otros investigadores como McQuail (1998), Bustamante (1999), Fuenzalida (2000), Ortega, P. (2007), porque es precisamente con la inclusión de estos principios que la programación contribuye a edificar lo *público*.

La programación atiende a un público que convive en un contexto de pluralidad cultural y no sólo político. La *pluralidad* en el servicio público refleja los diferentes mundos de vida de los ciudadanos y, más específicamente, sus perspectivas políticas y culturales sobre asuntos sociales. Cada persona defiende sus intereses individuales y hace visible aquellos de su grupo social. La puesta en práctica del pluralismo en los medios de comunicación es un principio fundamental en los países para forjar la libertad de expresión y la democracia.

Al respecto, los investigadores, Martín Becerra y Guillermo Mastrini, afirman que:

...la circulación de información diversa y plural estimula la convivencia democrática, protege y legitima la diferencia de opiniones, permite consolidar posiciones, espacios y procesos de construcción cultural con dimensión autónoma y colabora con el contraste entre perspectivas y análisis para elaborar colectivamente síntesis superadoras a partir de lo real (Becerra y Mastrini, 2007: 460).

El problema actual del pluralismo en diferentes medios de comunicación del mundo—como en Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido—es tomar en cuenta *todos* los intereses de la sociedad, especialmente en sociedades multiculturales en donde convergen sectores sociales con diversas formas de pensar.

Patricia Ortega afirma que:

Muchos de los modelos públicos europeos que durante años funcionaron como monopolios han tenido que abandonar la uniformidad de sus contenidos para reflejar la expresión de los diversos grupos sociales así como de las diversas visiones de lo local, lo regional, lo nacional y supranacional (Ortega, P., 2006: 211).

El principio de *diversidad* demarca la diferencia de distintos grupos políticos, religiosos y socioculturales. Está intrínsecamente relacionada con la pluralidad de contenidos, porque las diferentes opiniones y voces escuchadas en los programas representan la multiplicidad de sectores de un país, incluyendo a los más vulnerables y minoritarios.

Para Denis McQuail, “la diversidad de los medios contribuye al orden social porque promueve la libre expresión del descontento o el disenso y ofrece vías distintas de compromiso” (McQuail, 1998: 216). Por tal motivo, la programación es diversa cuando los contenidos, temas y formatos se dirigen a los gustos y necesidades cotidianas de los diferentes grupos sociales de una nación, los cuales se distinguen por sus diversas características: religión, costumbres, lenguaje, educación, condición económica, entre otras.

Estos factores deben estar tomados en cuenta en el diseño de programación, lo cual en este siglo resulta un gran reto en sociedades multiculturales y estratificadas como México, en donde convergen una gran cantidad de grupos sociales con diferentes hábitos, costumbres, y necesidades cotidianas y profesionales.

En algunos países, la diversidad es un principio determinante en la programación. Por ejemplo, McQuail observa que:

En Canadá el objetivo de la normativa ha sido que los medios presten servicio a una sociedad multicultural. En los Países Bajos, la diversidad contempla las necesidades culturales de los sectores (religiosos, políticos, socioculturales) que tradicionalmente constituyen los ‘pilares’ de la sociedad, y también el acceso habitual de muchos grupos minoritarios... La cláusula principal en sucesivas leyes holandesas sobre emisión estipula el requisito de que todo grupo que pretenda ser un emisor demuestre que representa una corriente política, religiosa o filosófica distinta e importante con vigencia en la sociedad. En muchos casos, la reciente legislación europea sobre medios prevé novedosas formas de acceso a radios locales de menor escala, hasta cierto punto resguardadas de presiones comerciales y políticas (McQuail, 1998: 215).

Por otra parte, realizar una estrategia de programación que multiplique no sólo los formatos sino también los contenidos, es el talón de Aquiles de muchas radiodifusoras de

servicio público en este siglo, porque requiere de capacidades creativas en la producción y un arduo trabajo en el lenguaje radiofónico. De modo que se puedan expresar contenidos en el medio que sean de interés a un amplio público.

Para hacer frente a esta preocupación, en países que hemos revisado donde hay una tradición de producción para la radio de servicio público, los productores han tenido que utilizar las plataformas tecnológicas para poder llegar a adolescentes; o bien, han usado estructuras narrativas en los noticiarios en donde el protagonista es el ciudadano y no sólo los líderes políticos y sociales (“Morning Edition” y “All Things Considered”, en NPR; “Breakfast”, en ABC Radio National).

En programas de difusión cultural, por ejemplo, se han empleado herramientas de producción, las cuales contextualizan los contenidos con tal de hacerlos más claros para la audiencia y atractivos a un público más diverso. Dichas estrategias contribuyen a prevenir estereotipos, prejuicios e incluso estereotipos de clase social o de pertenencia étnica; o bien, a fortalecer la equidad social.

De acuerdo con McQuail (1998), la diversidad se contrapone a cualquier tiempo de dominio o superioridad cultural; asimismo, debido a que se relaciona con el cambio social, innovación, creatividad y originalidad en todas las esferas de la vida social y cultural, factores determinantes para el progreso y estabilidad de una nación.

En países como Australia, Canadá y Estados Unidos, algunos programas son coproducidos incluso por organizaciones que atienden cuestiones de diversidad; de modo que los contenidos se encuentran debidamente articulados con políticas nacionales de diversidad.

2) La función *educativa* se refiere al fomento de la educación no formal, cuyos contenidos ilustran el aprendizaje de cultura general. O bien, a aquella que respalda los contenidos escolares, el rendimiento educativo y las necesidades cotidianas del hogar, así como fortalece la autoestima y protagonismo de los escuchas. Fuenzalida define esta función como aquellos contenidos que ayudan a enfrentar “los problemas y carencias de la vida cotidiana en el hogar (salud, física, apresto y rendimiento escolar, drogas, delincuencia, violencia familiar, calidad en la relación afectiva, etc.)” (Fuenzalida, 2000: 111).

Los contenidos educan lúdicamente y de manera reflexiva, informativa y festiva: con educación no se refiere únicamente a contenidos que apoyen la enseñanza de los idiomas o cierta unidad temática del sistema escolar, sino al aprendizaje acerca de un universo de temas que fomenten la reflexión y el cuestionamiento en el escucha. Una que ligue al entretenimiento con el aprendizaje, en donde quede fuera información superflua. Asimismo, la programación está abierta a las propuestas de los radioescuchas.

3) La *difusión cultural* es una función primordial que contribuye a enriquecer el bagaje cultural de los escuchas. Los contenidos orientados al servicio público son expresión de la cultura, ayudan a construir y promover: identidad nacional; justicia e igualdad social; tolerancia; diversidad cultural; cuidado del medio ambiente; protección a la niñez y la tercera edad, mujeres y otros grupos vulnerables, entre otros.

La cultura no se entiende únicamente como un conocimiento de las bellas artes, sino además del patrimonio cultural de la humanidad. Asimismo, dicha función está ligada a la educativa, pues al promover la difusión de la cultura también se refuerza el rendimiento escolar y la cultura de la educación.

Serrano define esta función de la siguiente manera:

... Debe ser un factor de integración de la fragmentada vida urbana a través de imágenes que sean capaces de articular, estética, conocimiento y disfrute; contribuir a la alfabetización de la sociedad en los nuevos lenguajes y escrituras audiovisuales; contribuir para el reencuentro creativo de los jóvenes con su propia sociedad; asegurar calidad a través de competitividad, profesionalismo, innovación e impacto social de lo que produce (Serrano, 2006: 12).

Según el autor, los realizadores y funcionarios tienen como reto ser receptivos a las transformaciones culturales, para generar programas que impacten en la vida cotidiana de la audiencia.

4) La función de *entretenimiento* se expresa a la par de las tres anteriores, a través de una manera “lúdico-afectiva y festiva” (Fuenzalida, 2000: 111) que manifiesta el respeto y la construcción de vínculos afectivos con otros individuos que comparten similares problemas cotidianos y diferentes mundos de vida.

Aparte de tener funciones sociales específicas, los contenidos se producen con respecto a los objetivos de la programación. Un medio de servicio público implica también una estrategia de programación y no sólo programas aislados. En este siglo, una de las características que se observan en los contenidos de utilidad social en los medios

de servicio público europeos y norteamericanos es que mantienen coherencia en su discurso a lo largo de la barra programática; incluso cuando existen anuncios de patrocinadores.

En décadas recientes, las experiencias en diferentes partes del mundo han demostrado que los sistemas de radiodifusión pública logran legitimidad social a medida que la programación produce contenidos de utilidad social. Al respecto, Fuenzalida afirma que la legitimidad se logra brindando “un sentimiento de gratificación y orgullo” (Fuenzalida, 2000: 110) en la audiencia. “Se requiere de una programación que sea percibida por una audiencia masiva como satisfactoria, acompañadora, útil y aportadora” (Fuenzalida, 2000: 110).

En algunos sistemas de radio pública, como NPR y PRI en Estados Unidos o BBC en el Reino Unido, los contenidos son también programados en función del beneficio de los hábitos de la audiencia. No son programados de acuerdo con el beneficio de los anunciantes o de un organismo público o privado (como puede ser en ocasiones el Estado, una corporación o los mismos directivos de la estación).

En las sociedades modernas, una institución era legítima de acuerdo con su naturaleza legal y normativa, y su poder de representación ante la sociedad en general y el consenso público. Sin embargo, en las sociedades contemporáneas otros elementos determinan la *legitimidad*. Algunos de éstos son: la relación directa que mantienen las instituciones con los actores sociales; el hecho de que éstas promuevan las creencias y valores de sus seguidores; la congruencia entre la misión del organismo y lo que éste hace (Abercrombie *et al.*, 2006).

Por otra parte, además de tener fines de *utilidad social*, los contenidos de los medios de servicio público han estado ligados al concepto de *calidad*. Esta noción ha estado presente en el debate internacional desde la década de los ochenta. Autores como Bustamante (1999, 2001); Fuenzalida (2000, 2002); Serrano (2006), Ranieri (2000) han vinculado la calidad a lo estético de los contenidos y a su impacto social.

Denis McQuail (1998: 36-37) ha estudiado también este concepto. En su libro, *La acción de los medios*, explica que cuatro actores participan en los criterios de la definición: el Estado, la sociedad, la audiencia y los comunicadores. El autor subraya que

en este proceso se requiere articular sobre todo los valores y necesidades de la sociedad con aquellos del resto de los actores involucrados.

McQuail reconoce que el problema para evaluar la calidad radica precisamente en identificar el *interés* de la sociedad en general, y cómo traducir ese interés en contenidos programáticos que beneficien el *bien común*. El autor sostiene que los criterios de calidad:

Adoptados serán aquellos que los investigadores han elegido aplicar por distintas razones. Simplemente, no se dispone de criterios de evaluación universales y muchos de los seleccionados a menudo deben su relevancia a la casualidad y la circunstancias pasajeras de tiempo o lugar (McQuail, 1998: 36-37).

La noción de calidad ha sido apreciada de distinta forma en la mayoría de los medios comerciales y públicos; incluso se le ha confundido con las funciones del servicio público. De acuerdo con Patricia Ortega (2010) y Terribas (2002), los directivos de la televisión [y la radio] comercial anteponen las prioridades económicas a las necesidades culturales con el argumento de que:

satisfacer al máximo número de espectadores es igual a satisfacer los deseos de calidad de sus audiencias. Por su parte, los profesionales de las televisoras públicas sitúan las funciones de servicio público como si fueran los objetivos de la calidad. Pero... no son lo mismo; el servicio público no garantiza por sí solo la calidad de los contenidos de un medio...

Para ambos sectores, público y privado, la ética es un criterio que se encuentra presente en su discurso sobre calidad. Para el primero, 'la ética define la calidad de los productos desde el momento en que ningún producto se programa únicamente por motivos de éxito comercial' (Terribas, 2002; citada en Ortega, P., 2010: 75). Mientras que para los empresarios de la televisión [y radio] privada los valores éticos se relacionan con la no violación a los derechos del espectador y con el respeto a la pluralidad y diversidad, responsabilizando a las audiencias de poner límites a las televisoras (Ortega, P., 2010: 75).

En este trabajo sólo se evaluará a los contenidos con relación a su *utilidad social* y no con respecto a su *calidad*.

Después de haber explicado las condiciones y funciones sociales que conforman la noción de servicio público, a continuación se ejemplifica un modelo que explica la definición de *servicio público* de radio que se utilizará en esta investigación.³¹

³¹ Esquema de elaboración propia

Servicio público de radio

A. Principios

- 1) Institucionalidad
- 2) Universalidad
- 3) Finalidad de no lucro
- 4) Autonomía económica y política
- 5) Participación social

B. Función social

Utilidad Social de los contenidos:

- 1) Función informativa
 - a) Pluralidad de la información
 - b) Diversidad de la información
- 2) Función educativa
- 3) Función cultural
- 4) Función de entretenimiento lúdico

Contexto
sociohistórico

Capítulo Tercero

3. Políticas neoliberales y la radio estatal en México

En este capítulo se analizará el desarrollo de la radio estatal en México en el contexto de las políticas neoliberales durante las últimas décadas del siglo XX y principios del XXI. En dicho recorrido histórico, se discute cómo el Estado mexicano no se preocupó por generar políticas públicas que definieran la función y características de la radiodifusión pública. A pesar de ello, se evidencia cómo Radio Educación fue desarrollando paulatinamente una vocación de servicio público en sus actividades cotidianas; asimismo, se documenta cómo la emisora se sumó al debate sobre la necesidad de tener una definición jurídica como medio de servicio público.

3.1 Antecedentes

Hasta la primera década del siglo XXI, el Estado mexicano no se había preocupado por desarrollar a la radiodifusión como un servicio público. Había creado emisoras estatales y culturales pero con la ausencia de una política de Estado hacia la radiodifusión pública. Para entonces, no había un marco jurídico que asociara a la radiodifusión con el servicio público y que definiera la noción de servicio público.

En el Artículo cuarto de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, se leía: “La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social”(Ley Federal de Radio y televisión, 1960). El Artículo no define qué es interés público y ni cómo el Estado deberá realizar su protección y vigilancia; tampoco, cuál y en qué consiste la función social.

Raúl Cremoux es uno de los especialistas que criticaba, desde hace décadas, la ausencia de una definición jurídica para los medios estatales y culturales que les proporcionara un respaldo para realizar actividades de servicio público. Al referirse al Artículo cuarto de la Ley Federal de Radio y Televisión, el autor señala:

...La radio y la televisión son calificadas de *interés público*, y no como lo que en realidad es y debió haber sido tipificado: *servicio público*... La radiodifusión es la única explotación y uso establecido como vía general de comunicación en el país que no está reconocida por la Ley como *servicio público*, sino como *actividad de interés público*. Esto además de romper con toda doctrina jurídica autorizada en la materia, establece prácticamente un régimen de explotación comercial, lo cual resulta ser extraordinariamente grave pues consigna a favor del comerciante bienes del dominio público de la nación (Cremoux, Raúl, 1989: 16-17).

Varias son las razones por las cuales el Estado no se interesó en impulsar a la radiodifusión pública; éstas tienen su origen en los inicios de la radio en México en los años veinte del siglo pasado. Diversos especialistas coinciden en que el desarrollo histórico de la radio en México siguió el modelo norteamericano (Alva de la Selva, 1982; Fernández, 1982; Cortés, 2009, entre otros).

Al igual que en Estados Unidos, la radio en México nació mixta (modelo comercial y estatal), aunque con el predominio de la industria privada. Para Cortés, "...la vecindad y las relaciones económicas con este país influyeron de manera decisiva en la adopción del modelo privado y comercial que la radio siguió en este territorio" (Cortés, 2009: 17).

También es cierto que el gobierno de Obregón no contaba con los recursos para desarrollar una nueva industria y tuvo que confiar el crecimiento de la radio al capital privado. Como lo indica Fátima Fernández:

Al término de la lucha armada, los principales núcleos de la burguesía porfiriana, admitiendo la pérdida de su poder político, inician una nueva etapa del capitalismo bajo las reglas del juego que impone la Constitución de 1917.

En el momento en que se logran las primeras emisiones radiofónicas en México, el grupo sonoreense se ocupa por una parte de legitimar al movimiento que causó la muerte de Carranza, y por otra de iniciar la reconstrucción económica del país, estableciendo nuevas alianzas con la burguesía financiera del porfiriato, así como con las potencias extranjeras afectadas por la Carta Magna.

Es así que en el proyecto del nuevo Estado mexicano no queda contemplado el control de la radio... En cambio, los logros radiofónicos de 1921, llevados a cabo por algunos técnicos mexicanos en diferentes ciudades del país, lograron enseguida atraer la atención de diversos grupos económicos... (Fernández, 1982: 88-89).

De la misma forma, la investigadora Alva de la Selva observa lo siguiente sobre el nacimiento de la radio:

El capital industrial y bancario que instala su infraestructura se integra casi en su totalidad de capitales extranjeros... A finales de la década de los veinte y principios de los treinta, se inicia la penetración del capital monopolista internacional en la radio nacional. En 1930, con la intervención de la Mexico Music Corporation —filial de la transnacional RCA— como socio mayoritario, se funda la estación comercial más importante de América Latina: la XEW (Alva de la Selva, 1982: 45).

Desde principios de la década de los cuarenta, las alianzas de empresarios y la participación minoritaria del Estado en este sector marcaron la expansión de la radio comercial en el siglo XX. Alva de la Selva (1988: 130), Fátima Fernández (1991: 34-43),

y más reciente Guadalupe Cortés (2009: 24-26), entre otros, coinciden en que estas alianzas permitieron que la radio comercial creciera exponencialmente tanto en programación como en comercialización.

En estos años, la radiodifusión comercial acaparó el cuadrante y se consolidó como un negocio muy lucrativo en el que participaban tan sólo unas familias, quienes fueron consolidando grupos y quienes tenían injerencia en la vida política y económica nacional. Como ejemplo se encuentra la fundación de Radio Programas de México (RPM) conformada por Emilio Azcárraga y Clemente Serna en 1941—corporación que, de acuerdo con Alva de la Selva, “llegó a... cubrir casi la mitad de las estaciones existentes en el país” (Alva de la Selva, 1988: 130).

El fortalecimiento de los grupos empresariales desde los años cuarenta condujo a hechos como la concentración del capital primero en la radio y luego en la televisión. Asimismo, tuvo otras consecuencias como aquellas que apunta Fátima Fernández: “incidir en los procesos legislativos garantizando condiciones favorables para la expansión de los mercados” (Fernández, 2000: 121-122).

Entre los investigadores mencionados, existe un amplio consenso sobre el hecho que, mientras el Estado apoyó el despliegue del modelo comercial, la radio estatal quedó relegada a un segundo plano por el Estado mexicano y desvinculada a una política de comunicación social.

3.1.1 El surgimiento de la radio estatal

A principio de los años veinte, el Estado mexicano intentó impulsar un sistema mixto de radiodifusión; fundó sus propias estaciones y dio facilidades a los particulares para crear las suyas. Las emisoras de titularidad estatal servirían principalmente para difundir información noticiosa y pronósticos del tiempo. Para darle institucionalidad a esta política, se creó el Departamento de Radio, suscrito a la Dirección General de Telégrafos de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.

El investigador Fernando Mejía Barquera (1989: 29) documenta que el gobierno hizo incluso donaciones de equipo a organizaciones sindicales para que establecieran sus estaciones: CROM, Federación Obrera Hidalguense de Pachuca, Centro Obrero Progresista de Jerez Zacatecas, la Escuela de Ciegos y el Hospicio de Niños. Pero los intentos no progresaron, salvo por las radiodifusoras CZA y la CZZ, instaladas en 1923.

El 30 de noviembre de 1924, la Secretaría de Educación Pública inauguró la estación CZE, pero sus transmisiones duraron cinco años. Para Alva de la Selva (1982), la emisora no tuvo mayor impacto en la sociedad. Su fracaso se debió al poco tiempo que estuvo al aire y a la inestabilidad política y económica que vivía el país. Es hasta los comienzos de los años treinta cuando la radiodifusora regresó al aire pero con las siglas XFX (Mejía, 2005).

Alva de la Selva también documenta otros intentos para fundar radios estatales, como el Departamento Autónomo de Publicidad y Propaganda (DAPP) y la XEFO, fundada en 1931 por el Partido Nacional Revolucionario, “que con una emisora de la Secretaría de Educación Pública, se enfrentaba al bloque de la industria radiofónica comercial, entonces en su mayor auge” (Alva de la Selva, 1988: 43).

El 27 de mayo de 1941, Jalisco se convirtió en el primer estado en impulsar una emisora estatal, pues los anteriores esfuerzos habían sido desde el centro y la federación. La XEJB empezó transmitiendo en onda corta, pero el primero de febrero de 1960 transitó a la banda FM. De acuerdo con la investigadora jalisciense Cristina Romo, la XEJB fue una iniciativa del gobernador de Jalisco, Silvano Barba González, quien “la concebía como un instrumento propagandístico” (Romo, 1990: 68).

Aparte de éstas, por varias décadas no hubo otras experiencias de radio estatal. Fue hasta 1968, que la *XEEP*, Radio Educación, reinició sus transmisiones en la ciudad de México. La emisora fue creada como un órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública:

Según el acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de noviembre de 1968, cuando se le asignaron los objetivos de difundir los valores culturales del pueblo mexicano, expresiones musicales, cuentos y dar voz a quien en las estaciones comerciales no la tiene (Romo, 1990: 62).

A finales de la década, en la radio mexicana comercial predominaba el formato musical, el cual abarcaba el 90 por ciento de la programación (Romo, 1990: 63); por esta razón, desde su reapertura, Radio Educación se convirtió en una opción diferente en el cuadrante que programaba otras propuestas de contenidos, como aquellos informativos.

Cortés evalúa el surgimiento de Radio Educación, de la siguiente manera:

Esta radio—que en sus orígenes fue impulsada con fines políticos, experimentales y hasta apasionados proyectos de servicio a la nación—después de algunos años decayó tanto

que poco a poco desapareció casi totalmente para resurgir otra vez de manera importante hacia 1970... (Cortés e Ibarguengoitia 2009: 29).

Cortés coincide con el investigador Miguel Granados Chapa acerca de los inicios de la emisora: “no se distinguía ‘sustancialmente del resto del sistema de la radiodifusión mexicana’ (Granados Chapa, 1980: 94) y que no es sino hasta 1972 cuando comienza un proceso de definición que hoy continúa...” (Romo, 1990: 63).

De 1970 a 1976, Enrique Atonal fue director del sistema y se propuso desarrollar una radio cultural y no sólo una educativa como se le había encomendado; durante su administración, Atonal sentó las bases para difundir contenidos de utilidad social que perduran hasta la fecha.

En 1970, Atonal era recién egresado de la Universidad Nacional Autónoma de México y tenía una visión amplia de lo que era la cultura. Él contrató a un equipo de colaboradores que quería romper con las formas tradicionales de entender la cultura; muchos de ellos eran estudiantes o egresados universitarios y pertenecían a ese pequeño sector de la población que había simpatizado o participado en el movimiento estudiantil de 1968 en México.

Guadalupe Cortés, productora de Radio Educación en aquel periodo, recuerda que Enrique Atonal decía que:

La radio es una modificación del entorno a través de la cultura. Él siguió los apuntes de Bertolt Brecht. Todo lo que aprendimos se lo debemos en gran parte a Enrique Atonal. Él era un apasionado de la radio. Los que llegamos a Radio fuimos formados por el sesenta y ocho (Cortés, 2008).

Las rupturas políticas y sociales que ocurrieron a finales de la década de los sesenta alrededor del mundo ayudaron a que surgieran nuevos movimientos musicales que rompían con formas de pensar y producir música. Las temáticas sobre el cine también se diversificaron; ya no sólo tienen que ver con los melodramas familiares sino con la sexualidad y otras problemáticas mundiales. El equipo de producción de la radiodifusora investigó estas nuevas propuestas culturales e incorporó muchas de éstas en sus contenidos—música ranchera, huapangos, blues, etc.

Enrique Atonal también decía que la regla es romper las reglas. La única regla que existe es calidad... Los asesinatos se cometen frente a los micrófonos de Radio Educación porque nadie se iba a enterar (Cortés, 2008) , afirma Cortés. Esto era cierto a

principios de los setenta, pero él comenzó a armar la producción. Iniciamos a hacer redes con diferentes instituciones y, para los ochenta, a mí me hablaban las editoriales para cubrir eventos (Cortés, 2008).

Está claro que, al no haber existido una postura del Estado sobre qué quería hacer con la radio no comercial, desde los primeros años, los trabajadores y funcionarios de Radio Educación dirigieron en gran medida el rumbo de la emisora. Con el tiempo, este hecho fue benéfico para la institución; en primer lugar, porque diseñaron una programación cultural que en esos años era muy escasa en el país; segundo, porque la programación reflejaba algunos de los principios relacionados con el servicio público de radiodifusión, tales como la pluralidad política y cultural en la información y otros valores como la justicia y equidad social. Estas características de la programación se fueron cimentando en la siguiente década, a pesar de la incapacidad del Estado para respaldar dichos esfuerzos con una política de comunicación que apoyara el desarrollo de la radiodifusión pública en nuestro país.

Cuando el presidente Luis Echeverría llegó al poder en 1970, explica Cortés:

Quiere conquistar a todos y reconciliarse con todos. Es la Latinoamérica de las dictaduras. En ese contexto se le dedicó todo un día de programación al golpe de Estado en Chile en septiembre de 1973. Se recibieron muchas llamadas del auditorio así como de la embajada de Chile. Sin embargo, esto no impidió que se siguieran realizando producciones parecidas (Cortés, 2008).

Desde entonces se hicieron noticiarios culturales o programas experimentales como la adaptación de “El Quijote de la Mancha”; más que recuperar el género de la radionovela, se pretendía que la obra se escuchara en la radio (Radio Educación, 2008: 60).

Atonal tenía el apoyo de la doctora Carmen Millán, quien primero fue responsable de la Dirección General de Educación Audiovisual y Divulgación (lo que hoy es la DGEA), de la SEP. Radio Educación estaba subordinada a dicha dirección y Atonal era el responsable. Posteriormente, debido a los conflictos magisteriales, la dirección se dividió en dos: Dirección de Divulgación y Bibliotecas y Dirección General de Educación Audiovisual. Radio Educación quedó adscrita a la primera.

Además de la XEEP y la XEJB de Jalisco, hubo otra experiencia de radio estatal en el país: el 12 de octubre de 1973, el gobierno de Aguascalientes abrió las puertas de la

XENM; la radio nació con fines culturales y, con el tiempo, la emisora amplió sus horizontes a la información (Romo, 1990: 70).³²

En este periodo, el gobierno de Echeverría creó un plan para expandir la estructura de radios estatales en México; esta medida política fue parte de los intentos de intervención y control del Estado en la información. En este sexenio, el gobierno además trató de inmiscuirse sobremedida en otros asuntos internos del país, como “la producción, aumentos salariales a los sindicatos” (Meyer, 2006: 896-897), entre otras cuestiones.

El historiador mexicano, Lorenzo Meyer, explica que este hecho “colocó al gobierno del presidente Echeverría en choque directo con el sector privado” (Meyer, 2006: 897). Autores como Sánchez Ruiz (2005: 411), Cortés e Ibarguengoitia (2009: 30) afirman que el gobierno de Echeverría tuvo enfrentamientos con los concesionarios de la radio y la televisión; el pretexto fue la influencia de los medios en la vida de los niños y jóvenes, así lo afirmó durante la X Semana Nacional de la Radiodifusión. La confrontación con los concesionarios, según Cortés e Ibarguengoitia, ayudó a que Radio Educación recibiera “todo el apoyo de Luis Echeverría Álvarez” (Cortés e Ibarguengoitia, 2009).

El presidente Luis Echeverría puso en marcha una política gubernamental de comunicación. De acuerdo con Sánchez Ruiz:

Una muestra de la importancia que le otorgaba Echeverría a los medios fue que de inmediato, al iniciar sus labores el nuevo gobierno, instituyó dos nuevas subsecretarías encargadas ‘del manejo de los instrumentos de información pública, y cuya creación dio cuenta del rango político que se deseaba conferir a la política gubernamental de comunicación’ (Granados Chapa, 1981; citado en Sánchez, 2005: 411).

Sin embargo, su política no fue suficiente para evitar una mayor concentración de la radio comercial.

...Ocurrió un proceso de concentración del medio, de tal manera que para 1977, 15 grupos controlaban 84 por ciento de las estaciones comerciales en México. En 1970 había 604 estaciones de radio en el país, de las cuales 580 eran comerciales y 24 culturales; en 1975 eran un total de 696 (668 comerciales y 24 culturales) (Sánchez, 2005: 411).

Según el autor, “en 1971, varios funcionarios de alto nivel del gobierno de Luis Echeverría comenzaron a hacer críticas públicas al funcionamiento de la radio y la

³² Hasta el 1 de diciembre de 1987, ya como parte del Sistema de Radio y Televisión de Aguascalientes, se convierte en organismo descentralizado.

televisión. Al parecer, el gobierno federal quería ejercer un mayor control sobre los medios” (Sánchez, 2005: 411).

Al analizar este periodo, Cortés explica que “su proyecto de instalar un sistema de medios de comunicación estatal fue continuado por José López Portillo, quien impulsó la proliferación de las radiodifusoras culturales en todo el país y creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía” (Cortés e Ibarguengoitia , 2009: 30).

De las 24 emisoras culturales, 11 emisoras eran estatales y pertenecían a los gobiernos de Nuevo León, Campeche, Sonora y Guanajuato (Romo, 1990: 60-61), además de Nayarit. Los objetivos de estas radiodifusoras pretendían ser un medio de comunicación entre los ciudadanos y el gobierno, así como fomentar el desarrollo cultural de las localidades; sin embargo, el desempeño de cada estación varió de estado a estado. Según evalúa Romo (1990: 74-77), la XHHB-Radio Sonora brindó un amplio servicio a diferentes sectores sociales con programas informativos y de difusión de la cultura; la XECU de Campeche se inclinó por contenidos culturales; en las emisoras de los estados de Nuevo León y Guanajuato se emuló a la programación de las radios comerciales. En Guanajuato, particularmente, estaciones arrancaron con deficiencias en la producción y programación debido al desinterés del gobierno.

**Radiodifusoras estatales creadas en el sexenio de José López Portillo
(1976-1982)³³**

Estado	Indicativo de señal	Adscripción	Fecha de fundación
Nuevo León	Monterrey XEQI AM 1510 FM 102.1 Cerralvo XHCER FM 100.3 Linares XHNAR FM 103.3 Montemorelos XHLOS FM 95.0 Sabinas XHSAB FM 89.5	Gobierno del estado	1978

³³ Cuadro elaborado con base en información proporcionada por Cristina Romo (1990) e investigación propia.

Nayarit	Radio Aztlán ³⁴ XETNC-AM	Gobierno del estado ³⁵	25 de noviembre de 1980
Campeche	Campeche XECUC AM 1580	Radio Casa de la Cultura de Campeche	1981
Sonora	Hermosillo XHHB FM 94.7	Gobierno del estado Radio Sonora	1982
Guanajuato	León XHLTO FM 91.1 Guanajuato XHJUA FM 100.7 San Miguel Allende XHSML FM 91.3	Gobierno del estado La Voz de Guanajuato	20 de noviembre del 1982

En 1979, el Gobierno federal sumó tres estaciones a la radiodifusión estatal al adquirir tres radiodifusoras (XEMP, XERPM y XEB) del Grupo Radio Fórmula, el cual tenía problemas económicos desde 1976. El investigador Fernando Mejía Barquera le denomina a esta modalidad, radio comercial-estatal. Para Sánchez Ruiz (2005: 421), “entre diciembre de 1978 y febrero de 1979 las secretarías de Hacienda y de Comunicaciones y Transportes decidieron adscribir las estaciones a la Secretaría de Gobernación, donde serían encargadas para su operación a la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía”. Estas tres estaciones serían el pilar sobre el que se constituiría el Instituto Mexicano de la Radio en el siguiente sexenio (Mejía, 2005).

A pesar de las dificultades financieras y fiscales del Grupo Radio Fórmula, en el sexenio de López Portillo:

La radio comercial... mostraba un muy alto grado de concentración en su control a fines de los años setenta, en especial las estaciones de amplitud modulada (AM), donde dos terceras partes de las emisoras eran controladas por los principales ocho grupos... (Sánchez , 2005: 421).

³⁴ No se encontraron suficientes datos sobre la fecha de creación de este sistema de radiodifusión por lo cual se consultó la página: <http://www.radioaztlan.com.mx/datos.html>

³⁵ El 20 de septiembre de 1999 pasa a formar parte de la Unidad de Comunicación Social del gobierno del estado de Nayarit.

Al hacer un recuento sobre este periodo, Sánchez Ruiz explica que “el intervencionismo del sexenio echeverrista se vio atemperado durante el de López Portillo, aunque no se pasó a un modelo neoliberal propiamente” (Sánchez, 2005: 418).

Primero con Echeverría y luego con López Portillo se inició el desarrollo de la radio estatal en el marco de una estrategia gubernamental de medios de comunicación. Sin embargo, esta medida se llegó a consolidar como una política de Estado que promoviera la autonomía política y financiera a la radiodifusión estatal, e incluso que se le ligara con funciones propias de un sistema de radiodifusión pública.

Mientras estas emisoras definían su programación, Radio Educación continuó consolidando el perfil cultural y educativo que Atonal había iniciado y que siguió Miguel Ángel Granados Chapa a partir de 1977 cuando asumió el cargo de director de la *XEEP*.

Granados Chapa definió el perfil de la estación de la siguiente manera:

Radio Educación no es estrictamente hablando una radio educativa, en el estricto sentido; en el sentido restringido de la expresión, no es una frecuencia dedicada a la difusión de programas escolares para la consecución de algún grado, sino que es una emisora cultural que incluye entre su programación algunos programas educativos... es una emisora que reconoce la existencia no de la cultura concebida tradicionalmente sino que admite la existencia de varias culturas (Romo, 1990: 64).

A casi una década del inicio de sus emisiones, Radio Educación fue más allá de ser una radio educativa; era ya una radio estatal y cultural que promovía la diversidad en sus contenidos, otra característica del servicio público de radiodifusión. Esto era fundamental en un país cuya sociedad no reconocía ampliamente la vasta existencia étnica y cultural ni tampoco el gobierno hacía grandes esfuerzos para impulsar el reconocimiento de dicha diversidad entre los ciudadanos.

Desde sus inicios, los primeros directores y trabajadores de Radio Educación tuvieron la convicción de que la emisora debía cumplir una función social y de servicio público, y esto se vio reflejado en sus contenidos. Como institución cultural, Radio Educación contribuía a dar voz a grupos sociales que no eran visibles en otras instituciones o medios comunicación—especialmente los comerciales.

Radio Educación se descentralizó en 1978, mediante el “Acuerdo 21”, publicado en 22 de noviembre; la expedición fue apoyada por el entonces secretario de la SEP, Fernando Solana, funcionario cercano a Granados Chapa.

El objetivo del documento, proponía que Radio Educación realizara las siguientes funciones:

Apoyar, a través de la radio, la enseñanza a cargo de la SEP, especialmente la enseñanza abierta; promover y difundir programas de interés cultural y cívico; transmitir programas que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional; operar las emisoras *XEEP* y *XEPPM* (amplitud modulada y onda corta respectivamente) de cuyos permisos es titular la SEP así como de las demás frecuencias que se le asignen; integrar y administrar la fonoteca de Radio Educación; proveer asistencia técnica y de producción radiofónica a las emisoras no lucrativas del país que así lo soliciten; difundir programas de información y análisis; promover la investigación científica y técnica en materia de radiodifusión (Radio Educación, 2008: 256).

Según Romo, el Acuerdo otorgó “personalidad jurídica propia” (Romo, 1990: 64) a la emisora; contribuyó a fortalecer sus actividades, como aquellas de programación; pudo regularizar el pago de salarios y la creación de un consejo consultivo, el cual pudo articular los trabajos de Radio Educación con otras dependencias de la Secretaría que se relacionaban con la comunicación.

Granados Chapa en Romo afirma que:

El consejo consultivo derivó del Acuerdo 21. Me pareció necesario que la emisora no tuviera una dirección aislada de los trabajos de la Secretaría, sino que participaran en este consejo otras dependencias de la Secretaría, que, por su naturaleza, se vinculaban con la comunicación (Romo, 1990: 64).

Con el Acuerdo 21, el Estado fortalecía parcialmente la institucionalidad de la emisora; le otorgaba algunas condiciones técnicas y administrativas para realizar actividades de radiodifusión educativa y cultural de manera continua y con mayor certidumbre. Pero estas condiciones no fueron suficientes para que el Estado institucionalizara a Radio Educación como una emisora de servicio público; tampoco se trató de una política de comunicación social, sino de un esfuerzo político aislado conseguido por el director de la estación.

Granados Chapa logró cohesionar a un equipo encabezado por Atonal, quien regresó a la estación como encargado de la dirección de Producción; sobre este grupo afirmaba: “Hay muchísimas personas que trabajan con tesón y entusiasmo, de modo que es difícil transformar a esas personas porque no están inertes. No basta empujarlas para que se muevan” (Romo, 1990: 63).

Es claro para algunos especialistas de los medios, como Romo y Héctor Gama, que “en este periodo se afina permanentemente la personalidad de Radio Educación ya que ‘se profesionalizó, se volvió más periodística, plural, más profunda, menos visceral; su crítica se fundó en argumentos sólidos’...” (Romo, 1990: 63).

Se trabajó en programas pioneros sobre divulgación de la ciencia, como “Ciencia y educación”; o bien, aquel “Relatos de cultura popular” que difundía narraciones sobre la cultura indígena. Dentro del ámbito de la literatura, la emisión de “La letra sin sangre entra”, experimentaba un taller literario en la radio. Incluso había un programa para la educación de adultos, “Pásele, pásele, aquí no cuesta nada... aprender”.

En el ámbito periodístico, se le dio un lugar privilegiado a la discusión política coyuntural de aquel momento, que trataba sobre el Derecho a la Información. Desde 1976, el tuxpeño Jesús Reyes Heróles, desde la secretaría de Gobernación, “había propiciado una gran apertura a los medios a causa de la discusión de los partidos políticos y por esta (*sic*) reforma política que finalmente dio luz más tarde”, afirma Gerardo Estrada en Romo (Romo, 1990: 63). Asimismo, en el programa “Testimonios de hoy”, se incluyó la voz de periodistas, escritores y académicos, como Julieta Campos, Rodolfo Becerril, Enrique Semo. Con el fortalecimiento de los programas informativos, el auditorio de la emisora se fue consolidando.

En 1978, se contrataron 20 corresponsales en México y algunos países centroamericanos que estaban en guerra, dentro de los acuerdos del Sistema Económico Latinoamericano y el Sistema Informativo Latinoamericano. La iniciativa condujo a la emisora a consolidar credibilidad como institución mediática y empezó a ser referencia informativa para los escuchas y sectores de la prensa (Radio Educación, 2004).

El apoyo que desde la dirección y la producción de la emisora se le dio a la información, contribuyó a reforzar la independencia editorial y autonomía informativa. Radio Educación fomentaba la libertad de expresión en el país; esto cobraba mayor significado en un contexto político autoritario experimentado en los años setenta, donde la coacción a la libertad de expresión, censura periodística y la crítica al gobierno eran frecuentemente penalizadas por el Poder ejecutivo, a través de la secretaría de Gobernación y las dependencias de comunicación social.

Al fortalecer la función informativa dentro de sus transmisiones, Radio Educación apoyaba la utilidad social de sus contenidos y cumplía con un principio más de las actividades del servicio público de radiodifusión.

La administración de Granados Chapa también apoyó los contenidos infantiles, en donde destacaban programas como “El mundo de Balam” y “El rincón de los niños” (Radio Educación, 2004).

En 1978 se hicieron producciones de radionovela, con una orientación cultural y educativa. Se adaptaron novelas clásicas, como “Las tierras flacas”, de Agustín Yáñez, “La Jesusa”, de Elena Poniatowska. En 1979, se produjeron otras, “El Lazarillo de Tormes” y “El águila y la serpiente” (Radio Educación, 2004).

La música ocupó una parte importante de la barra programática con espacios como “Panorama folclórico”, “En la noche de jazz”, “Música y algo más”, “Lo nuevo y lo viejo en la música clásica”, “El espectáculo musical de la semana”, y “La peña de Radio Educación” (Radio Educación, 2004).

La programación se nutrió de escuchas quienes pertenecían a un pequeño sector de la población con intereses en la educación y la cultura; los jóvenes formaban parte de esta audiencia que demandaba formas alternativas de expresiones culturales en los medios de comunicación.

La programación dedicó un espacio importante para tocar rock, lo cual favoreció a que en la radio se generara un espacio de socialización y se promoviera la creación de los cafés cantantes, los cuales fueron desapareciendo a raíz del festival de Avándaro en 1971.

Como lo señala Rosalía Winocur:

Radio Educación también contribuyó a la rehabilitación de espacios de encuentro masivo para los jóvenes que habían sido clausurados a raíz de lo ocurrido en el festival de Avándaro. Nos referimos a la iniciativa de Raúl de la Rosa, conductor de ‘Tiempo de blues’, de realizar los festivales de blues. El primer festival se llevó a cabo en la Sala Netzahualcóyotl en el año de 1978 y reunió a cientos de jóvenes. Como lo señala su organizador, la ignorancia de los funcionarios sobre las raíces del rock permitió la realización de estos eventos que convocaban al mismo público censurado (Winocur, 2002: 66).

En la emisora, se creó un estilo más coloquial de dirigirse al público. Los locutores olvidaron incluso la vieja rutina de poner y quitar discos y formularon estrategias para evitar la censura, como pasar canciones del español al inglés; o bien,

optaron por realizar entrevistas atrevidas a cantantes roqueros. Algunos de ellos fueron despedidos (Winocur, 2002).

Winocur afirma que:

Radio Educación y otras estaciones no dejaron de cumplir un papel importante en términos de ampliación y diversificación de la esfera de lo público. No sólo incorporaron un nuevo sujeto discursivo—los jóvenes—al que reconocieron con necesidades propias, sino que funcionaron como vasos comunicantes en una coyuntura histórica donde la represión desatada a partir de la masacre de Tlatelolco y el festival de Avándaro habían reducido considerablemente los espacios abiertos y masivos de encuentro entre los jóvenes (Winocur, 2002: 67).

Granados Chapa fortaleció las actividades de programación de la emisora: impulsó la aparición de una red de radiodifusoras culturales, muchas de ellas universitarias; aunque no tenía una estructura muy elaborada, el objetivo de esta red era intercambiar con otras estaciones de país programación y proveer apoyo técnico a otras emisoras del país. Granados Chapa también creó una unidad de investigación, en donde se inició un estudio sobre la historia de la radio cultural y educativa, así como análisis de audiencia, entre otras tareas (Radio Educación, 2004).

Radio Educación sirvió también de inspiración para emisoras como Radio Universidad Autónoma de Guerrero, la cual trató de imitar su formato y contenidos (Radio Educación, 2008).

A la salida de Granados Chapa, José Antonio Álvarez Lima fue el director de la estación de 1980 a 1982; orientó la programación hacia la música mexicana y de varias regiones del mundo. Se produjeron programas como “El lado oscuro de la luna”, en donde participaba Juan Villoro, principalmente (Radio Educación, 2008: 80).

En efecto, en la primera década de Radio Educación es donde se encuentran los cimientos de una programación que realizaba una función informativa y cultural, y no sólo educativa como se estipulaba en la misión de la radiodifusora. Radio Educación pudo entender la cultura desde una perspectiva más amplia y abierta; no sólo desde la alta cultura sino también a partir de otras manifestaciones de la cultura popular y política.

Esto fue trascendental en el contexto de los años setenta y principios de los ochenta en México; escasos eran los espacios dedicados a la educación y la cultura que abordaban críticamente temáticas culturales y políticas fundamentales para el desarrollo social y cultural de la nación. Por ejemplo, había apenas algunos espacios dedicados a la

cultura indígena en los medios de comunicación y Radio Educación fue pionera al promoverlos; otros casos fueron los contenidos antes mencionados sobre la divulgación de la ciencia, educación para adultos, derecho a la Información, la música folclórica nacional e internacional, el rock; incluso la información provista por corresponsales latinoamericanos contribuyó al entendimiento de la cultura desde una mirada más crítica.

Por el contrario, la mayor parte de las instituciones de la educación y la cultura, incluso la escuela, obviaban la discusión de las problemáticas culturales; la relacionaban más bien con una visión culturalista como el folclor, la anécdota, las tradiciones, las bellas artes, por citar algunos ejemplos.

La presencia de la cultura en los medios de comunicación audiovisual tanto privados como estatales era también escasa. Uno de los pocos espacios que habitaban en los medios audiovisuales era el Canal 8 de Televisa en los años ochenta, aunque las producciones culturales y educativas eran provistas por la SEP y TV UNAM. Para autores como Florence Toussaint (1985: 49-51), su visión sobre la cultura era estrecha e incluso tendenciosa.

Estos hechos permitieron a Radio Educación consolidar gradualmente una audiencia que demandaba contenidos críticos, los cuales no se escuchaban en la radio comercial de la zona metropolitana. También se convirtió en punto de referencia para otras radios estatales sobre la función social que deberían realizar los medios no comerciales, e incluso, sobre los alcances que podrían tener los medios estatales en caso de convertirse en públicos.

Esta percepción era compartida tanto fuera como adentro de la emisora. Como mencionó Granados Chapa, muchos de los trabajadores de Radio Educación se caracterizaban por ser críticos; también por hacer evaluaciones constantes sobre las actividades cotidianas de la emisora, lo cual, desde este periodo fue fundamental para hacer una excepción a Radio Educación dentro del cuadrante.

Sobre esta época, el ex colaborador de la emisora, Daniel González, afirma:

A pesar de ser una radiodifusora sostenida con recursos públicos y dependiente del gobierno, siempre mantuvo una enorme independencia en la programación de sus contenidos. Aguerrida, contestataria, solidaria con los movimientos sociales, fue aquí donde se gestó el estilo de programas que daban voz al radioescucha con el propósito de cuestionar la agenda oficial. Así, el estilo de Gutiérrez Vivó, Ciro Gómez Leyva, José Cárdenas o Carmen Aristegui, sería impensable sin lo que Radio Educación estableció desde la década de los setenta. Y en un periodismo democrático y de investigación,

continuó sin duda la gestión de Miguel Ángel Granados Chapa al frente. Los contenidos de Radio Educación no fueron dictados desde la cúpula del poder y se colocaron en los márgenes de un tiempo en el que la radio comercial prefería el conservadurismo y la displicencia (González, 2008).

Es cierto que Radio Educación fue creada para ser una radio estatal-educativa, pero sus directores y trabajadores la perfilaron para convertirse en una radio educativa y cultural; en sus primeros diez años, la estación logró construir una audiencia crítica y ser referente para las demás radios estatales. Sin ser un medio público, la radiodifusora cimentó algunos principios del servicio público en su programación que apelaban a la diversidad y pluralidad política y cultural; asimismo, fortaleció la función informativa y cultural de sus contenidos. Por su parte, el gobierno de López Portillo—y no el Estado— con el Acuerdo 21, sólo le confirió algunas condiciones de institucionalidad para mejorar funciones informativas, culturales y administrativas, pero no para cimentar un medio público.

Era un hecho que, a pesar de sus limitaciones, hacia finales los setenta, Radio Educación contribuía a ampliar la discusión y diversidad del espacio público en la zona metropolitana.

**Radio Educación
(1968-1982)³⁶**

Programación	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajadores y funcionarios diseñaron una programación educativa, diversa en lo cultural y político. • Se propuso como objetivo difundir contenidos que dieran voz a diversos grupos sociales. • Se realizaron producciones experimentales como la radionovela educativa. • Se produjeron programas enfocados a la divulgación científica y la literatura. • Comenzó a perfilarse como un medio que atendía la pluralidad de contenidos. • Se fortalecieron los programas periodísticos. • Se posicionó como referente informativo para algunos sectores de la prensa nacional e internacional. • La programación atendía asuntos públicos, como el derecho a la información, corrupción, autoritarismo, derechos sociales, etc. • Empezó a conformar una audiencia crítica compuesta en su mayoría por jóvenes, sectores de izquierda o grupos
--------------	---

³⁶ Cuadro de elaboración propia.

	<p>minoritarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En lo musical, contribuyó a rehabilitar y generar espacios de socialización; fomentó la difusión del rock. • La programación se enfocó difundir la cultura indígena y la música regional, mexicana y del mundo.
Situación administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • En 1968 la XEEP reinició sus transmisiones como órgano desconcentrado de la SEP. • Recibió facilidades técnicas y administrativas para fomentar la producción de programas educativos y culturales. • En 1978 se descentralizó mediante el Acuerdo 21, el cual permitió regularizar el pago de salarios y la creación de un consejo consultivo interno.
Relación con el Estado	<ul style="list-style-type: none"> • Al no haber existido una postura del Estado sobre qué quería hacer con la radio no estatal, desde los primeros años, los trabajadores y funcionarios de Radio Educación dirigieron en gran medida el rumbo de la emisora. • Con el Acuerdo 21, el Estado fortalecía parcialmente la institucionalidad de la emisora; le otorgó algunas condiciones técnicas y administrativas para realizar actividades de radiodifusión educativa y cultural de manera continua y con mayor certidumbre, pero no le otorgó las condiciones para ser un medio de servicio público. • La coacción a la libertad de expresión, censura periodística y la crítica al gobierno eran frecuentemente penalizadas por el Poder ejecutivo, a través de la secretaría de Gobernación y las dependencias de comunicación social.
Relación con la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • La presencia social e influencia cultural de la emisora eran muy limitadas, ya que el modelo comercial continuaba siendo hegemónico. • Amplió la discusión y diversificación de los asuntos públicos en la zona metropolitana.

3.2 La radio estatal en México en tiempos del neoliberalismo

En el capítulo primero se expuso cómo la expansión de las políticas neoliberales a nivel mundial también tuvo repercusiones en las decisiones políticas y económicas en México. El historiador Lorenzo Meyer en su trabajo, “De la estabilidad al cambio”, sintetiza el arribo de México a los ochenta de la siguiente manera:

Para 1982 la economía estaba de nuevo paralizada pero sin una salida fácil como había sido en 1977 la exportación del petróleo. De nuevo se tuvo que recurrir a la devaluación, y la confianza, tanto de inversionistas como del público en general, simplemente se evaporó. El peso se dejó flotar y sufrió una devaluación de 153 por ciento en 1982 y otra del 141 por ciento en 1983. Fue entonces, cuando la administración de Miguel de la Madrid (1982-1988) se encontraba a la mitad de su trayecto, que el grupo dirigente—un grupo básicamente tecnocrático cuya cabeza era el secretario de Programación y Presupuesto, Carlos Salinas—optó por introducir en México el enfoque económico que, iniciado en Gran Bretaña y Estados Unidos, dominaba ya a las grandes economías del mundo occidental: el enfoque neoliberal (Meyer, 2006: 897-898).

En efecto, el gobierno de Miguel de la Madrid apostó a un proyecto de nación que giró en torno a la lógica del libre mercado y que afectó a la mayoría de las instituciones estatales del país. Su visión favorecía las leyes capitalistas a través del debilitamiento del Estado, el cual fungiría como un administrador que permitiría el libre flujo del capital y limitaría su intervención en los asuntos públicos.

Para Meyer:

El ingreso de México al Acuerdo General sobre Aranceles y Tarifas (GATT) en 1986, fue el principio del desmantelamiento de la histórica muralla proteccionista creada por el gobierno mexicano desde 1940 y el primer paso en esta marcha cuya meta sería hacer de México parte de la economía global (Meyer, 2006: 898).

En materia de comunicación, las políticas del nuevo proyecto neoliberal contribuyeron a fortalecer los monopolios de comunicación ya existentes, así como la concentración del poder de los grupos económicos que participaban en la radio.

Según Sánchez Ruiz:

En la llamada ‘década perdida’ la radio continuó concentrada en unos pocos grupos y familias, aunque no tanto como la televisión: de veinte grupos con base en el Distrito Federal, los cinco más importantes controlaban 44 por ciento hacia el final del decenio. Por otra parte, se extendieron las capacidades técnicas de la radiodifusión, lo cual permitió a los empresarios intentar diversas innovaciones para luchar por un pedazo del ‘pastel’ publicitario (Sánchez, 2005: 424) .

Algunos de estos grupos eran: Organización Radio Centro, Grupo Acir, Radiodifusoras Asociadas SA (RASA), Grupo Radio Mil, Radio Programas de México (RPM).

Para 1985, en el DF la banda FM acaparó la audiencia con un 64.9 por ciento de ésta, mientras que el 34 por ciento era para la AM (Mejía, 2005). De acuerdo con el investigador Mejía Barquera:

La tendencia a preferir la banda de FM en las zonas urbanas se consolida en los siguientes años, lo cual ocasiona que, ante la pérdida de auditorio, la radio de AM tenga que fortalecer su producción de programas ‘hablados’ para atraer a la parte del auditorio que buscaba en la radio opciones diferentes a las musicales. Gracias a ello las distancias se reducen, aunque la preferencia por la FM continúa (Mejía, 2005).

Además de los avances técnicos, hubo razones de índole social que contribuyeron a que la radio comercial transitara de radio musical a radio hablada en la década de los ochenta; ante la crisis económica y masificación de las ciudades, la vida se volvió más compleja.

La antropóloga, Rosalía Winocur explica que:

La masificación de la ciudad provoca una nueva transformación de la esfera pública... ahora la definición de lo público se desplaza a los escenarios mediáticos. Lo público también se construye desde lo privado; la gente llama desde la casa para expresar sus opiniones, criticar la actuación de un funcionario, quejarse de los servicios públicos o demandar justicia. Se multiplican las formas de experimentar la vida urbana y se diversifican los contenidos y temas que necesitan ser comunicados... Su discurso refleja la variedad de grupos y la segmentación de espacios en la ciudad en términos generacionales, sectoriales y comunicaciones culturales emergentes, como por ejemplo los movimientos ecológicos y las reivindicaciones de grupos feministas y de homosexuales (Winocur, 2002: 67-68).

Para autores como Winocur (2002: 70) y Sánchez Ruiz (2005: 423) hubo otra razón social que contribuyó a revitalizar la diversificación de contenidos dirigidos a grupos sociales más amplios tanto en las emisoras comerciales de AM como de FM: el temblor de 1985 sufrido en la ciudad de México y en otras ciudades del país, como Ciudad Guzmán, Jalisco.

De acuerdo con Sánchez Ruiz:

En esta ocasión, y durante algunas semanas, los medios masivos de difusión funcionaron en verdad como vehículos de comunicación directa y enlace entre los ciudadanos, con organizaciones no gubernamentales y con el gobierno. Entonces, por ejemplo, la radio operó como un medio para las comunicaciones locales e inmediatas: avisaba que se necesitaba algo en tal lugar de la propia ciudad de México y en poco tiempo había ahí personas ayudando y llevando lo que era necesario. El 19 de septiembre y los días siguientes, alrededor de 90 por ciento de la población se informaba por medio de la radio en la ciudad de México (Sánchez, 2005: 423).

Winocur, por su parte, en su obra *Ciudadanos mediáticos*, se detiene a analizar cómo la radio contribuyó a ampliar la discusión en la esfera pública; describe este suceso como el “acontecimiento más representativo” (Winocur, 2002: 70) de la apertura de los contenidos en la radio hablada, sobre todo en la comercial:

La radio, en el ejercicio de la solidaridad, se descubre a sí misma como actor social y político con capacidad para convocar y organizar a la sociedad civil teniendo y reconstituyendo redes para enfrentar la tragedia allí donde los canales tradicionales—formales e informales—de comunicación con las autoridades quiebran o se muestran ineficientes o desbordadas (Winocur, 2002: 70).

La autora explica que estos cambios se reflejan particularmente en los noticiarios, en especial “Monitor de la mañana”, conducido por José Gutiérrez Vivó:

La lectura acartonada de noticias se va remplazando por la crónica y los comentarios críticos acerca de los sucesos. Y estos acontecimientos tienen como escenario la ciudad, que se vuelve protagonista a fuerza de padecer los problemas y los grupos en coordenadas temporales y espaciales cada vez más diversificadas y en escenarios de creciente conflictividad social (Winocur, 2002: 69).

No obstante el éxito, la radio hablada, mayormente distribuida en la radio comercial, no cubrió todas las necesidades informativas y de entretenimiento de la vasta diversidad social en México; muchos sectores incluso no se veían reflejados en el discurso de este formato radiofónico. Winocur explica que esto se debe, en parte, a que “la vida privada de los ciudadanos, al volverse materia de interés colectivo, cristaliza en una serie de opciones que contienen estereotipos y recetas tanto para caracterizar situaciones y personajes como para proponer soluciones alternativas” (Winocur, 2002: 69).

El apoyo del Estado a la radio comercial en este periodo se evidenció con la puesta en órbita de los dos artefactos del Sistema Morelos de Satélites en 1985. Para Sánchez Ruiz, esto condujo a que:

Entre 1986 y 1988, varias cadenas radiofónicas solicitaron a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el alquiler de transpondedores en el Sistema Morelos de Satélites... Entre ellas, se contaban la Organización Radio Centro, el Grupo Acir, Organización Impulsora de Radio (OIR), Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA), Radio Central, Fórmula Melódica Mexicana, Grupo Radio Mil, Radio Programas de México (RPM). Es decir, las más importantes, que comienzan a transmitir a nivel nacional vía satélite y algunas, después, hacia el mercado hispano de Estados Unidos (Sánchez, 2005: 424).

Pero la expansión no sólo fue para la radio, sino para la industria audiovisual de medios privados. Televisa contaba con una estructura monopólica, la cual se fortaleció— aunque con atropellos, al no poder competir desde los Estados Unidos— hacia finales de los ochenta. Al respecto, Sánchez Ruiz afirma que, “en 1988, Eco comenzó transmisiones desde México directamente a Europa, mediante la interconexión de cinco satélites internacionales. Tanto Emilio Azcárraga Vidaurreta, como Emilio Azcárraga Milmo, exhibieron siempre una vocación por la expansión internacional de sus negocios” (Sánchez, 2005: 425).

Era claro que esta expansión de la industria audiovisual privada iba llenando los huecos de poder que no eran cubiertos por el Estado; tenía gran influencia sobre un amplio sector de la sociedad, mientras, como analizaremos enseguida, los medios estatales quedaban marginados y, en ocasiones, usados por el Gobierno federal y gobiernos estatales como instrumentos de propaganda.

3.2.1 Reordenamiento en la estructura de la radio estatal y las políticas neoliberales: 1982-1988

Miguel de la Madrid apoyó la expansión de la industria de radiodifusión privada como parte de su proyecto de gobierno: se fortaleció la concentración, se potencializó tecnológicamente la radiodifusión y se propagó la banda FM. Asimismo, su mandato se caracterizó por poner en marcha políticas para reducir la participación del Estado en asuntos económicos y culturales. Pero, paradójicamente, fue el presidente que amplió el espectro de la radio estatal (impulsó la creación de sistemas de radiodifusión en 12 estados); a los tres meses de llegar al poder, comenzó su reestructuración bajo el proyecto conocido como Sistema de Comunicación Social.

“Es curioso—afirma Sánchez Ruiz—que al gobierno de Miguel de la Madrid se le suele atribuir el haber iniciado el ‘viraje neoliberal’... pero en materia de medios tendió a fortalecer y ampliar la participación gubernamental” (Sánchez, 2005: 422).

Alva de la Selva (2006: 163) explica, sin embargo, que esta acción se hizo con el fin de contrarrestar los descontentos sociales y legitimar las novedosas “políticas” neoliberales.

De la Madrid convocó al “Foro de Consulta sobre Comunicación Social” en 1983. El evento, según la autora:

Precedió a la elaboración del Plan Básico de Gobierno, el cual inauguraba la política de convocar a la sociedad y ‘escucharla’, pero no para darle entrada a la participación de ésta en la gestación de las políticas, sino como estrategia legitimadora para mantener inalterados los aspectos estructurales del sector (Alva de la Selva, 2006: 163).

Ciertos grupos sociales más activos de la población, como aquellos conformados por especialistas de los medios, investigadores y académicos participaron con propuestas concretas al llamado del gobierno—propuestas aglutinadas en el “plan maestro” que poco se tomaron en cuenta en el Plan Nacional de Desarrollo (PND), el cual se anunciaría semanas después. Dicho plan, “establecía la creación de tres institutos autónomos y con personalidad jurídica propia para la radio, la televisión y la cinematografía, con el fin de ‘atender la tarea de difusión del Estado’” (Alva de la Selva, 2006: 163).

Sánchez Ruiz añade:

...Como parte de la Dirección de Radio (Instituto Mexicano de la Radio), el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) y el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION)... los recursos del Estado para cada uno de estos medios pasaron a formar parte del instituto respectivo. Así, por ejemplo, las estaciones radiofónicas comerciales que recientemente había adquirido el gobierno [en el sexenio de López Portillo], se adjudicaron al IMER... (Sánchez, 2005: 422).

El IMER se creó el 23 de marzo de 1983—una red de radiodifusoras distribuidas en varias partes del país—con 21 estaciones al aire en AM, FM, onda corta y una en el canal libre internacional, cuatro concesionarias (la cuarta estación fue la XEQK-AM) y el resto permisionarias, distribuidas en el DF y diversas ciudades en los estados de Coahuila, Sonora, Chihuahua, Baja California, Chiapas, Quintana Roo, Michoacán, Oaxaca y Tlaxcala. Además, la institución estableció convenios con 31 radiodifusoras estatales, universitarias e incluso comerciales para transmitir “El Noticiero”. En el mismo año, en el DF se abrieron siete estaciones, una de ellas dedicada solamente a programación infantil y otra con informativa. En la provincia la programación era variada pero predominaban los contenidos culturales. Se trataba de una oferta distinta a aquella de la radio comercial. En 1983 se produjeron 2 mil 105 programas; para 1987 el número ascendió a 53 mil (Romo, 1990: 133-134; 138-141).

Entre los objetivos de este organismo, publicados el 25 de marzo del mismo año, en el Diario Oficial de la Federación, destacaban: contribuir a la integración nacional y descentralización cultural y establecer representaciones en México y el extranjero. El IMER puso especial ahínco en proveer servicio a las franjas fronterizas; sobre todo la

norteña fue de especial importancia como una forma de contrarrestar la influencia de las emisoras estadounidenses (García, 2004).

Al hacer una evaluación sobre los inicios de la institución, Cristina Romo (1990: 134-138) explica que los objetivos no especificaban cómo se lograrían dichas promesas; pero, financieramente, los primeros cuatro años el instituto trabajó con números negros, incluso en 1987 hubo un superávit de 87 millones de pesos. Para Romo, el proyecto se convirtió en la “primera acción concreta y amplia que el Estado mexicano toma a favor de la radiodifusión estatal, ya que hasta entonces, había esfuerzos aislados...”(Romo, 1990: 135).

Otras estaciones, como Radio Educación, también del Poder ejecutivo federal, no fueron parte de la restructuración del Sistema de Comunicación Social; tampoco fueron prioridad y más bien fueron descuidadas por el Gobierno. De hecho, mientras se crearon aproximadamente 22 estaciones estatales en 12 estados, la situación administrativa para Radio Educación ocurrió con altibajos durante este sexenio.

A pesar de ello, Radio Educación siguió construyendo su proyecto como emisora estatal perteneciente a la SEP. Durante el gobierno de De la Madrid, hubo dos directores: Héctor Manuel Ezeta estuvo al frente de la emisora a finales de 1982 y Héctor Murillo Cruz (1983-1988) permaneció como director por el resto del sexenio. Ambas gestiones se caracterizaron por establecer relaciones tensas con los trabajadores y el sindicato. Hubo diferencias por distintos motivos: gestión de recursos por parte de la dirección; un patrocinio con Aeroméxico al que algunos trabajadores se oponían; salarios caídos; las demandas de los trabajadores para que existiera una catalogación de puestos profesionales y mayor presupuesto para la emisora (Radio Educación, 2008).

En particular, hubo una huelga de hambre que emprendió Marcial Alejandro en 1986. Según la productora Guadalupe Cortés, el problema se debió a que la dirección les quitó a los trabajadores las plazas que habían ganado en tiempos de Granados Chapa y a cambio les dieron unas de confianza (Cortés, 2008).

Para Murillo Cruz, la situación se debía a razones presupuestales:

...Hubo algunos cambios en la programación, un poco llevados por la situación de crisis y los recortes que sufría no solamente Radio Educación, sino muchos renglones de la administración pública, y esos recortes a veces eran brutales. Entonces tuvimos que buscar recursos por fuera; en aquel tiempo se inventaron los recursos ‘pre-etiquetados’, que era dinero del gobierno destinado a publicidad o promoción de actividades oficiales

de cada estado o dependencia; en fin, pero curiosamente a Radio Educación y a Canal Once nunca se les dieron estos dineros; nos habían dejado con un presupuesto disminuido, una situación un poco difícil, y Radio Educación, cuando yo llegué, no tenía presupuesto para comprar discos, lo cual era meramente una tontería en una emisora de radio. Es como si en una biblioteca nacional no se tuviera dinero para comprar libros, por ejemplo, los transportes públicos no tuvieran para gasolina (Radio Educación, 2008: 90).

En este tipo de conflictos, es importante resaltar el papel que ha jugado el sindicato de Radio Educación; en ocasiones, como ocurrió con la huelga de hambre de Marcial Alejandro, ha cohesionado a los trabajadores para defender sus derechos; otras veces, ha limitado cambios importantes para el desarrollo de la radiodifusora: tales como obstaculizar la oferta programática y de contenidos e incluso anquilosando los procesos y estilos de producción.

A lo largo de la historia de la emisora, los trabajadores han enfrentado diferentes posturas, especialmente sobre decisiones administrativas o de programación; unos han tomado partido con el sindicato y otros han cuestionado sus acciones. Se trata de un sindicato que ha influido en las políticas internas de la radiodifusora y han hecho contrapeso a las directrices—a veces autoritarias—de sus funcionarios.

El periodo en el que estuvo al frente de la emisora Murillo Cruz, probablemente fue uno de los más tensos—en cuanto a la relación entre la dirección y los trabajadores—que haya vivido Radio Educación a lo largo de su historia. Durante este tiempo, las decisiones se centraron en el director y en las relaciones que éste tenía con el poder administrativo. Es cierto que durante la administración de Murillo Cruz la situación económica del país se había agravado y las instituciones públicas sufrían recortes presupuestales. Pero es verdad también que las confrontaciones en la emisora se exponenciaron al no haber mecanismos administrativos—como la rendición de cuentas o consejos directivos de programación—que limitaran la toma de decisiones autoritarias a los directores y delinearan la continuidad de proyectos transexenales.

No obstante los problemas administrativos y presupuestales de la emisora, la barra noticiosa destacó por su cobertura en conflictos internacionales, como la invasión de Estados Unidos a Granada; el fin de las dictaduras de Jean Claude Duvalier en Haití y en otros países sudamericanos.

El presupuesto de la radiodifusora era limitado para tener corresponsalías, pero los trabajadores pudieron establecer redes con otras emisoras de otros países en los que

Radio Educación no tenía corresponsales. Para “Tomás Domínguez y Francisco Moreno Jiménez, responsables del área de noticias de Radio Educación a mediados de los ochenta” (Radio Educación, 2004: 99), estas estrategias en el área de informativa reforzaron las actividades periodísticas de la emisora.

“A pesar de la precaria situación económica, la cobertura informativa en lugar de disminuir ha aumentado y abarca incluso gran parte del ámbito nacional, pues más de 60 estaciones de radio culturales y/o universitarias se enlazan con nuestros servicios” (Radio Educación, 2004: 99).

En cuanto a la programación cultural, se mantuvieron los programas infantiles y algunos formatos como el de las radionovelas; entre ellas destacaron adaptaciones de obras literarias (“El perfume” de Patrick Suskind, “El tamaño del infierno” de Arturo Azuela, “Los pasos de López” de Juan Ibargüengoitia, por citar algunos ejemplos. Asimismo, hubo otras producciones que trataban temas diversos que eran tabú o poco discutidos en el resto de los medios electrónicos del país: “Son... eros”, “Estrenando cuerpo”, “Prohibido tocar”, “Matices del vitral”, “Y sí vivo cien años”, “Medianoche en Babilonia”.

Radio Educación vivía altibajos en el área administrativa, pero despuntaba al fortalecer sus contenidos informativos y culturales; pudo generar los recursos de producción necesarios para realizar coberturas informativas internacionales y poner en la agenda pública nacional temas novedosos en México, como la sexualidad.

A finales de los años setenta y principios de los ochenta, México no sólo vivía una crisis económica sino estructural. Para salir adelante, necesitaba poner en marcha cambios en prácticamente todos los ámbitos de la vida social. Los estratos sociales emergentes como jóvenes, requerían nuevo tipo de información y discutir temas coyunturales que les inquietaban, especialmente en los medios de comunicación que cada vez tenían más penetración en los hogares mexicanos.

Radio Educación produjo temas más ligados a la utilidad social; como radio local del área metropolitana del Distrito Federal hizo esfuerzos para mejorar su relación con otras estaciones del país; por ejemplo, les provió de producciones a sesenta radiodifusoras estatales y culturales (prácticamente a la mayoría de las emisoras estatales creadas hasta la fecha) que necesitaban cubrir sus espacios con contenidos diferentes a

los de los medios comerciales. Con estas actividades, la estación intentó ser un referente de programación a nivel nacional para dichas emisoras; sin embargo, la presencia social e influencia cultural de estos medios frente a la gran hegemonía del modelo comercial de radiodifusión resultaba poco significativa, pues su presencia se reducía a determinados grupos sociales.

Aún sin tener las condiciones jurídicas y políticas para ser reconocida como una verdadera estación de servicio público, en su programación, Radio Educación cada vez más orientaba sus contenidos en esta vertiente. Sin embargo, para convertirse en dicho tipo de radio era claro que el Estado tenía que garantizar otras condiciones como autonomía económica y política, un marco jurídico, entre otros aspectos, los cuales el Estado mexicano en esos momentos estaba lejos de otorgar.

**Miguel De la Madrid
(1982-1988)³⁷**

Programación	<ul style="list-style-type: none"> • La barra noticiosa se destacó por su cobertura internacional de conflictos en varios países latinoamericanos. • Se generaron enlaces con más de 60 emisoras estatales y culturales. • Se produjeron programas infantiles y radionovelas; se empezaron a incluir temas novedosos en la agenda pública, como la sexualidad. • Apoyó con la distribución de programación a emisoras estatales de reciente creación en otros estados. • Orientó sus contenidos cada vez más hacia una programación de servicio público, aún sin tener las condiciones jurídicas y políticas para ser reconocida como una verdadera estación de servicio público.
Situación administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Las gestiones se centraron en las decisiones en el director. • El sindicato jugó un papel importante en los conflictos internos (conflicto de trabajadores en 1986).
Relación con el Estado	<ul style="list-style-type: none"> • No hubo mecanismos desde el Gobierno federal que fomentaran proyectos y políticas transexenales. • Hubo recortes presupuestales debido a la crisis económica en el país y por la ineficaz administración pública federal.
Relación con la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • La presencia social e influencia cultural de la emisora eran muy limitadas, ya que el modelo comercial continuaba siendo hegemónico.

³⁷ Cuadro de elaboración propia.

En lo que se refiere a las radios pertenecientes a las entidades federativas, en este sexenio se abrieron radiodifusoras estatales en 12 estados de la República, algunas de ellas formaban parte de los sistemas de radio y televisión como en el caso de Quintana Roo, Estado de México y Michoacán. El arranque de estas radios significó un salto cuantitativo en la infraestructura de radiodifusión perteneciente a los estados, especialmente si se toma en cuenta que, entre los dos sexenios anteriores, se habían creado 14 estaciones en siete estados, incluyendo el Distrito Federal.

La programación y el desempeño de cada una de las emisoras variaron en cuanto a la calidad y utilidad social de sus contenidos; en algunos casos la programación fue más informativa y en otros predominó la música. Salvo excepciones como las emisoras de Guerrero—cuya programación transmitió en su mayoría música comercial—se puede apreciar que, en esta primera etapa, hubo un intento por construir audiencias y por producir programas que apelaran a la identidad regional (Romo, 1990: 79-93).

**Radiodifusoras estatales creadas en el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado
(1982-1988)³⁸**

Estado	Indicativo de señal	Adscripción	Fecha de fundación
Tabasco	Villahermosa XHTVH FM 104.5 La Venta XHVEN FM 105.9 Cárdenas XHMPA FM 99.7 Macuspana XHMPA FM 107.1 Emiliano Zapata XHEZ FM 102.9 Fra. Centla XHACM FM 99.3 Comalcalco XHMAL fm 107.1 Villahermosa XHTV AM 1230 Cunduacán XECAN AM 1050 Macuspana XETQE AM 1120 Tenosique XEGEM AM 1600	Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORAT)	1983 1983 1983 1983 1983 1983 1983 1984 1984 1984 1984
Estado de México	Toluca, XEGEM AM 1600 Atlacomulco XEATL AM 1520 Tultitlán XEGEM AM 1250 Tejupilco XETEJ AM 1250	Radio y Televisión Mexiquense	18 de mayo de 1883

³⁸ Cuadro elaborado con base en información proporcionada por Cristina Romo (1990) e investigación propia.

Tamaulipas ³⁹	Cd. Victoria	XHVIC FM 107.9 XHVIC AM 1490	Dirección de Comunicación del estado	1983 1984
Zacatecas	Zacatecas	ZXHZH FM 97.9	Gobierno del Estado de Zacatecas	1983
Michoacán	Morelia	XEREL AM1550	Sistema Michoacano de Radio y TV	1984
Morelos	Cuernavaca Yautepec Jojutla Cauatla	XHVAC FM 102.9 XHYTE FM 90.9 XHJLA FM 100.5 XECTA AM 1390	Sistema Morelense de Radio y TV ⁴⁰	1984 1984 1985 1985
Baja California Sur	La Paz	XEBCS AM 1500	Gobierno del estado	1985
Guerrero	Chilpancingo Coyuca	XEGRO AM 820 XEGRO AM 820	Radio y Televisión de Guerrero	27 de octubre de 1986
Tlaxcala	Tlaxcala	XETT AM 1430 XHTLAX-FM 96.5	Coordinación de Radio, Cine y Televisión del Estado ⁴¹	1983 1985
Quintana Roo	Chetumal	XECTL AM 860-AM	Sistema Quintanarroense de Comunicación Social	27 de julio de 1986
Querétaro	Querétaro	XEQUE AM 1150	Sistema Estatal de comunicación Cultural y Educativa	4 de febrero de 1988
Hidalgo	Pachuca Huejutla Tlachinol Tula Huichapan Jacala	XHBCD FM 98.1 XHGO AM 1010 XEIND AM 1470 XHLLV FM 89.3 XEHUI AM 1510 XEAWL AM 1300	Sistema Estatal de Radio y Televisión ⁴²	1984 1985 1986 1987 1988 1988

³⁹ Hasta el 23 de octubre de 1991 que se conforma el Sistema Estatal de Radio Tamaulipas.

⁴⁰ En el 2000 cambió de nombre a Dirección General de Radio y Televisión del Congreso del Estado de Morelos.

⁴¹ Se conforma como Coordinación de Radio, Cine y Televisión del Estado en 1987. En 1990, se creó la XHCAL FM, Radio Calpulalpan.

⁴² Se conforma el Sistema de Radio y Televisión de Hidalgo en 1988.

Para investigadores como Romo es claro que, la radiodifusión estatal recibió un gran impulso. “Con ello, la desproporción existente entre la radio comercial y la no lucrativa, que al principio del sexenio representaba el 3.5 de las emisoras, ha disminuido ya que ‘la otra radio’, al final del periodo, representa el 11.37 por ciento” (Romo, 1990: 55).

Esta reducción del porcentaje era significativa en un país en el cual, en 1985, la cobertura de la radio y la TV se había extendido a nivel nacional con 856 emisoras (660 en AM y 196 en FM) y con 11 millones de radiohogares y casi cinco de telehogares. Pero lo más importante era que, la radio estatal crecía en un contexto en el que, según Alva de la Selva había “una densa estructura de concentración, en buena medida radicaba en las empresas y grupos familiares que habían impulsado la época de oro’ de la radio tiempo atrás, la ya poderosa industria aprovechaba la etapa de bonanza” (Alva de la Selva, 2006: 164).

Es cierto que, De la Madrid apoyó el surgimiento de los sistemas estatales de radio y el IMER, pero sólo se trató de un impulso a la infraestructura. La creación de estas radios parecía el resultado de un discurso político que simulaba el apoyo a la educación y la cultura, pero en el fondo, no hubo un verdadero proyecto en el que el Ejecutivo enmarcara qué quería hacer con estas radios, cuál sería su destino y cómo se desarrollarían; no se supo si serían parte de una plan educativo o cultural o si estarían destinadas para lo que los gobiernos decidieran.

Como afirma Alva de la Selva (2006: 163), se trató de una acción política que no se delineó dentro de una política de comunicación que se suponía tendría que realizarse a partir del plan de comunicación social que el mismo presidente había propuesto.

En 1987, la crisis económica se acrecentaba en México. La inflación alcanzaba el 120 por ciento; había un control político de los aumentos salariales, lo cual afectó el nivel de vida del trabajador (Meyer, 2006: 898).

En ese año, como estrategia de la “modernización económica”, De la Madrid anunció la desincorporación total de algunas instituciones públicas no prioritarias para el Estado en su quinto Informe de Gobierno; entre ellas se encontraban, la automotriz, farmacéutica, petroquímica secundaria y diversas ramas de la industria manufacturera que eran instrumentos estratégicos. En otras, como la turística y recreativa, la

disminución sería significativa. El sector industrial paraestatal se quedaba con 13 ramas productivas, luego que al principio de la administración había empezado con 28 (Secretaría de la Presidencia, 1987).

Aunque no tocó en su discurso el tema de los sistemas de comunicación estatal que habían ampliado su presencia en varios estados de la República, era de esperarse que éstos tampoco serían prioridad para las políticas de Estado. La noción de la información y difusión de la educación y la cultura como engranes del servicio público, estaban lejos de ser una pieza clave para el desarrollo político y social del país.

Las consecuencias sociales de las políticas económicas neoliberales de Miguel de la Madrid afectaron económicamente a grandes sectores de la sociedad. Alva de la Selva explica que el decrecimiento económico entre 1982-1987 condujo:

A las deficiencias estructurales de los mecanismos redistributivos del país, la quiebra económica de los ochenta sumó ‘el drama de la más profunda recesión de su historia contemporánea’ (Meyer y Aguilar Camín, 1989: 268; citados en Alva de la Selva, 2006: 161-162).

Había sido no sólo una ‘década perdida’ para el desarrollo, sino también para la posibilidad de una mejor distribución de la riqueza, ‘incluso en su modalidad más gradual efectivamente realizada en México: la gestación en escalas masivas de estratos, sectores y movilidad de las clases medias’ (Meyer y Aguilar Camín, 1989: 272; citados en Alva de la Selva, 2006: 161-162).

Fue así como la sociedad nacional, aún instalada en el cómodo escenario del ‘milagro mexicano’, fue empujada a la progresiva asimilación de la crisis, un estado aparentemente pasajero que el modelo económico recién implantado llevaría a una condición crónica (Alva de la Selva, 2006: 161-162).

A pesar de dichos costos sociales, sólo una pequeña—aunque creciente—minoría mostraba iniciativas para participar activamente en la vida pública. Esto ocurría en parte debido a los pocos espacios de debate público garantizados por el Estado, pero también por el desinterés de la población, quien buscaba alternativas principalmente en la televisión.

Al respecto, Trejo en Alva de la Selva afirma que:

En cuanto a la sociedad mexicana de los ochenta, puede decirse que comenzaba a despertar de su largo letargo. Como producto del movimiento de 1968, grupos sociales más amplios hacían ver los rasgos de una incipiente cultura política que cuestionaba la hegemonía priista y las recurrentes crisis económicas del país.

Sin embargo, la incidencia de la sociedad mexicana en la arena política de la comunicación era tan limitada como su propia participación en los espacios de los medios de entonces, para sumir un papel en la relación de fuerzas existente en ese momento que

bien puede resumirse en la expresión aplicada por Raúl Trejo Delarbre a propósito del rol asumido por los grupos sociales: la ‘sociedad ausente’⁴³ (Alva de la Selva, 2006: 155).

En suma, esta etapa histórica, hubo esfuerzos aislados en el fortalecimiento de los contenidos informativos y culturales. Pero, por lo que restó, más allá de la expansión en la infraestructura de la radio estatal en el país, el Estado mexicano había mostrado desinterés en apoyar el desarrollo de los medios de difusión estatales. En este periodo, también se perdió la oportunidad de sentar las bases para la creación de una política del Estado mexicano para la comunicación social, en donde el modelo de comunicación tuviera cabida para contribuir a la construcción del servicio público de radiodifusión y crear las condiciones para reglamentar el derecho a la información y garantizar su ejercicio.

3.2.2 La estructura de radio estatal y las políticas neoliberales: 1988-1994

Carlos Salinas de Gortari asumió la presidencia de la República en 1988 al mando de un grupo conformado por tecnócratas. De acuerdo con historiadores de México, como Meyer (2006: 898), Preston y Dillon (2004: 85-108), las elecciones fueron reñidas y ampliamente cuestionadas en cuanto a la limpieza del resultado; se encontraron “boletas quemadas, urnas arrojadas a ríos y actas falsificadas” (Preston y Dillon, 2004: 85-108). En las siguientes semanas a la elección, millones de personas salieron a las calles a defender su voto; fueron las manifestaciones más concurridas en la historia del país. Pero los mecanismos autoritarios, tanto del gobierno como del PRI, mantuvieron el control de la información por medio del noticiario de Televisa, “24 Horas”, el telenoticiario con mayor audiencia y conducido por Jacobo Zabludovsky, quien se dedicó a difamar a los candidatos de oposición, Manuel Clouthier, del Partido de Acción Nacional (PAN), y a Cuauhtémoc Cárdenas, del Frente Democrático Nacional (FDN). Para millones de mexicanos, Cárdenas había ganado las elecciones; junto con sus simpatizantes, generó un movimiento ciudadano. El objetivo de Cárdenas se centraba en buscar el cambio democrático en el país; su causa fue apoyada por distintos gremios y grupos sociales, como por los líderes estudiantiles de la UNAM (Imanol Ordorika y Carlos Ímaz), quienes habían ayudado a organizar a varios sectores ciudadanos durante el temblor de 1985 y habían apenas liderado una huelga estudiantil un año antes de las elecciones.

⁴³ Concepto de Raúl Trejo retomado por Alma Rosa Alva de la Selva del libro *La sociedad ausente: comunicación, democracia y modernidad* (1992), México: Cal y Arena.

El movimiento encabezado por Cárdenas y apoyado por sectores de izquierda hizo visible algunos asuntos públicos que hasta ese momento habían sido ignorados por una vasta mayoría de la población, unos de ellos estaban relacionados con el control de la información por la radio y la TV y el limitado ejercicio de la libertad de expresión. En parte, esta discusión motivó cierta apertura informativa en algunas radios comerciales, como Radio Red; en algunos programas se empezaron a escuchar nuevas voces de periodistas, como las de Javier Solórzano y María Victoria Llamas, quienes abordaron nuevos asuntos públicos (corrupción, autoritarismo, violencia intrafamiliar, derechos sociales, entre otros), los cuales sólo habían sido discutidos anteriormente por emisoras como Radio Educación y Radio UNAM.

El plan neoliberal siguió su curso en el sexenio de Salinas. Para Meyer:

El proyecto del grupo era continuar la profundización de las reformas económicas hasta crear una verdadera economía de mercado, terminando con la estructura de subsidios, privatizando el sistema de empresas paraestatales y concluyendo la apertura de la economía al exterior. El eje alrededor del cual giró la nueva estrategia fue la negociación de un Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos similar al que ese país había firmado en 1988 con Canadá.

Proponer como estrategia la integración económica de México con el mayor mercado del mundo resultó ser un viraje histórico de casi 180 grados respecto del nacionalismo económico surgido con la Revolución. La nueva política requirió dismantelar no sólo las barreras proteccionistas sino privatizar la mayoría de las empresas del Estado con la notable excepción de Petróleos Mexicanos... y la Comisión Federal de Electricidad, pero bancos, puertos, teléfonos, ferrocarriles, empresas aéreas, ingenios, almacenes, etcétera, pasaron a manos de particulares en un periodo extremadamente corto (Meyer, 2006: 898-899).

El caso de los medios de comunicación no fue la excepción. Como veremos más adelante, el gobierno de Salinas dismanteló y privatizó una parte importante de las estructuras de comunicación de propiedad federal.

Al igual que su antecesor, Salinas continuó con una política de amplio apoyo al modelo de radiodifusión comercial, al cual el presidente le brindó mayor proyección internacional.

Hubo una serie de hechos que evidenciaron este mutuo respaldo: Tanto Televisa como la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) habían protegido a Salinas durante la contienda presidencial. El 14 de enero de 1988, según narra Sánchez Ruiz, Emilio Azcárraga declaró: “Nosotros somos del PRI, siempre hemos sido del PRI, no creemos en ninguna otra fórmula. Como miembro de nuestro partido haré

todo lo posible para que nuestro candidato triunfe” (Sánchez, 2005: 427). El presidente de la CIRT, por su parte, mostró su apoyo al entonces candidato del PRI, durante su reunión anual en la cual Salinas fue invitado: “Como radiodifusores y como mexicanos estaremos con usted porque estamos convencidos que sus ideales y sus objetivos coinciden con los nuestros que son México, y por esa razón apoyamos su precandidatura para ocupar la presidencia de la República” (Sánchez, 2005: 427). La cobertura tanto en radio (69.4) como en televisión (90.7) favoreció al PRI (Sánchez, 2005: 428).

De acuerdo con Alva de la Selva (2003), hubo también un respaldo incondicional del partido en el poder—el PRI—al modelo comercial. “En 1988, había 857 estaciones radiofónicas comerciales y 82 permisionadas” (Sánchez, 2005: 430). En 1989, ya en el poder, el gobierno de Salinas “refrendó en forma automática a la industria de la radio y televisión medio millar de concesiones” (Sánchez, 2005: 430). Contribuyó también a que la radiodifusión comercial creciera durante el sexenio, pues para 1994 ya eran 1125 emisoras concesionadas. La radio permisionada también se amplió pero su número siguió siendo significativamente menor en relación con la radiodifusión comercial, ésta llegó a 156 estaciones en dicho año.

Tanto Alva de la Selva como Sánchez Ruiz describen esta relación entre medios y gobierno como una “luna de miel” (Sánchez, 2005: 429-430) que reflejó la profundización del modelo neoliberal. Sánchez Ruiz afirma que:

A la ‘liberalización’ del mercado no le correspondió una liberación política. Por esta razón... en este sexenio, se aceleró la economía de mercado sin mucha prisa por una correspondiente democratización. Esto significa también que, vistos sobre todo como instrumentos y aliados políticos, los medios fueron liberalizados ‘selectivamente’... Pero no hubo transformaciones de estructura sustanciales (Sánchez, 2005: 429-430).

La liberación del mercado motivó reacomodos en el sistema de propiedad de la radio, ya que fue un periodo en el que varios grupos radiofónicos hicieron alianzas y fusiones a partir de 1991. Por ejemplo, en 1993 los Grupos Crystal, Cima y Somer hicieron alianza, mientras que “el grupo Radiopolis compra seis estaciones que el grupo ARTSA poseía en Jalisco” (Mejía, 2005).⁴⁴

⁴⁴ Para información detallada sobre las alianzas, fusiones y venta de acciones en la década de los noventa, véase Mejía Barquera, Fernando “Historia mínima de la radio mexicana”, en Foro mexicano de historia de los medios, Fundación Manuel Buendía, el 29 de julio del 2005.
www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/historia.html, consultado el 29 de julio del 2005.

No obstante los cambios de propiedad, en los noventa el mercado se volvió más competitivo para la radio y el negocio menos rentable. Mejía Barquera observa que:

‘Entre 1989 y 1990, la radio captó el 14 por ciento del gasto publicitario total en el país; el porcentaje se redujo a 13 por ciento en los años de 1991 y 1992, disminuyó al 11 por ciento en 1993, se incrementó al 12 por ciento en 1993 para volver a descender al 9 por ciento en 1995...’ (Mejía, 2005).

En el sexenio de Salinas, el mercado se liberó y el sistema de propiedad cambió, pero la estructura de concentración permaneció casi igual. El investigador Gabriel Sosa Plata explica que:

Entre 1988 y 2003, el control de más de 70 por ciento de estaciones concesionadas en el país lo han tenido diez grupos radiofónicos... cinco de ellos han operado, administrado y sido propietarios de más de 50 por ciento de las estaciones existentes (Sosa, 2003: 23-24).

Ante la competencia en el mercado radiofónico, los concesionarios tuvieron que variar su oferta programática para atraer más anunciantes. “La música grupera, la música moderna en español y la radio hablada, esta última en el caso de las estaciones AM, fueron los géneros a los que en mayor medida se recurrió dentro de esos cambios de formato” (Mejía, 2005).

Además de la situación del mercado, autores como Sánchez Ruiz (2005: 430) y Winocur (2002: 74) coinciden en que ciertos sectores de la audiencia eran más críticos y participativos debido a los cambios sociales experimentados en la vida cotidiana de los noventa, como el alza en los niveles de inseguridad en ciudades en el Distrito Federal; una recomposición familiar a partir de una migración masiva a Estados Unidos; tensiones en los ciudadanos debido al incremento de despidos laborales que se dio sobre todo a mediados de esa década; las exigencias de algunos sectores de jóvenes por participar en la vida política y pública. Esta situación fue también tomada en cuenta por las radiodifusoras para experimentar diferentes formatos de programación que les otorgara mayor rentabilidad, sobre todo en la radio hablada.

En emisoras comerciales como Radio Red y Radio Fórmula, los espacios de opinión e información empezaron a tener un lugar central dentro de la programación, dado que discutían temas sobre política, corrupción, sexualidad y otros más de la vida pública. Estos tópicos no habían tenido relevancia con anterioridad en los medios privados con mayor penetración en las audiencias. Los programas despertaron mucho interés entre amplios sectores de los ciudadanos de la zona metropolitana, quienes tenían

necesidad de discutir este tipo de problemáticas en la vida pública y quienes pertenecían a grupos más críticos y con mayor capital social.

Para Winocur este tipo de medios conforman:

Espacios clave de recreación del espacio público y de mediación entre los ciudadanos y las autoridades. En ocasiones, oficiando de representantes frente a diversas instancias del poder, o canalizando demandas concretas hacia las instituciones presentes en la vida cotidiana (la escuela, el trabajo, la delegación, los servicios, etc.), y, en otras, conteniendo ilusoriamente necesidades del ámbito emocional, psicológico o recreativo que las familias o las instituciones no pueden atender.

Lo anterior lleva a concebir la información en un sentido mucho más amplio que la transmisión diaria de los acontecimientos. En cierta forma las noticias se transforman en mapas fundamentales para orientarse en la ciudad, guías de entrenamiento para lidiar con los funcionarios públicos, y catálogos para ordenar y clasificar la diversidad. El tratamiento dado a los temas, la recurrencia de algunos y la omisión de otros, van conformando una conceptualización prototípica de los acontecimientos políticos y sociales a partir de distintos dispositivos de reducción de la complejidad social y cultural (Winocur, 2002: 74).

Los formatos de la radio hablada y la diversificación de sus contenidos tuvieron un diferente comportamiento en algunas radios estatales.

Las experiencias en las estaciones estatales fueron diferentes en casi todo el país; radios de reciente creación, como las asignadas a los gobiernos del Estado de México (Toluca, XEGEM AM 1600) o Querétaro (XEQUE AM 1150), realizaron proyectos novedosos en los noventa, pero no tuvieron continuidad en el mismo sexenio o en el siguiente; otras, como en Morelos (XHVAC FM 102.9), permanecieron postradas a merced de los designios presupuestales autorizados por la Secretaría de Hacienda del gobierno federal y la voluntad de los directores en turno. El mismo sistema morelense se convirtió en instrumento político de las administraciones estatales en turno para difundir propaganda gubernamental que favorecía a su grupo político y no a todos los sectores de la sociedad; por ejemplo, el gobernador conducía un programa todos los miércoles que se llamaba “Charla con tu gobernador”.

En el gobierno de Salinas se conformaron tres sistemas de radio estatal en Tamaulipas (aunque ya operaban radiodifusoras desde 1983), Chiapas y Oaxaca. Pero, al igual que el sexenio anterior, nacieron sin el respaldo de una política de Estado que garantizara su autonomía política y financiera; asimismo, una política que diseñara un plan para encausar la conversión tecnológica al sistema sonoro digital.

Ante tal escenario, estas radios quedaron en manos de los gobiernos de los estados, los cuales dictaron el camino a seguir de cada emisora. En este sexenio, se abrieron las siguientes sistemas:

Sistemas de radiodifusión estatal creados en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994)⁴⁵

Estado	Sistema	Fecha de fundación
Tamaulipas	Sistema Estatal de Radio Tamaulipas	23 de Octubre de 1991
Chiapas	Red Radio Chiapas	23 de junio de 1991
Oaxaca	Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión	20 de noviembre de 1993

La radio estatal en las entidades de la República se fortaleció en número y en infraestructura, pero las estaciones carecieron de condiciones adecuadas para su desarrollo integral; por ejemplo, no había una definición clara de la función social que debían tener estas emisoras. Por otro lado, no contaron con el apoyo económico necesario para seguir desarrollando su infraestructura o realizar sus actividades de producción; tampoco había condiciones jurídicas para impulsarlas.

En este sexenio, el gobierno no apoyó ni política ni económicamente el crecimiento de la radio en manos del Poder ejecutivo, pero tampoco las desmanteló como sí ocurrió en 1992 con otros medios de comunicación pertenecientes también al Poder ejecutivo: En aquel año el gobierno decidió disminuir su participación en medios y puso en venta el “paquete de medios” que incluía la el sistema de TV IMEVISIÓN, la Compañía Operadora de Teatros, los Estudios América y el periódico *El Nacional*. En julio de 1993, IMEVISIÓN se privatizó y se convirtió en TV Azteca. Por su parte, al

⁴⁵ Cuadro de elaboración propia.

Canal 22 del Poder ejecutivo, como lo indica Sánchez, “lo salvó de la privatización un copioso grupo de intelectuales que firmó un desplegado periodístico para tal efecto. Salinas de Gortari ‘graciosamente’ les concedió que el 22 se dedicara a la cultura por televisión” (Sánchez, 2005: 434).

Este acontecimiento, sin embargo, nos obliga a realizar una serie de preguntas: ¿Por qué Salinas decidió no privatizar la radio estatal en un contexto neoliberal en el que se vendieron las empresas no prioritarias para el Estado?—¿Por qué sólo apoyó el desarrollo de su infraestructura pero no su estructura jurídica, administrativa y programática? No hay información precisa al respecto, sin embargo podríamos inferir que 1) no era tan costosa como la televisión y como negocio era más atractivo vender a la pantalla chica; 2) la radio, por su parte, podía ser un soporte para el ejercicio del poder político debido a la facilidad de penetración del medio en casi una totalidad de los hogares mexicanos y los costos bajos de producción; 3) IMEVISION implicaba una fuerte erogación de dinero y también había presiones por parte de la televisión privada hacia la TV estatal.

Hemos afirmado que el Estado no apoyó el fortalecimiento de la estructura de la radio estatal a nivel nacional pero tampoco la dismanteló. Este hecho hizo que los logros que hubo en algunos casos fueran esfuerzos aislados. En el IMER, por ejemplo, creado una década atrás, hubo experiencias muy variadas entre las mismas emisoras del Instituto, tal fue el caso de Radio Rin (XERIN-660 AM)—estación dirigida al auditorio infantil y creada en 1984—dejó de funcionar en 1991. Los programas de Radio Rin se transportaron a la XEB-122 AM y a la 660 AM. En su lugar la estación cambió de nombre con programación deportiva y música comercial con la esperanza que ingresara más presupuesto, mismo que nunca se vio reflejado en mejores producciones y sueldos para los productores (García, 2004).

Sin embargo, otras de sus estaciones en el DF continuaron estableciendo vínculos con ciertos sectores de la sociedad, debido a coyunturas sociopolíticas—como el levantamiento Zapatista en 1994—y a la necesidad de la población por escuchar otro tipo de información y entretenimiento que enriqueciera su vida cotidiana.

Al hacer un recuento sobre la actividad del IMER en 1994, el especialista en medios, Alejandro Olmos, señala: “con seis emisoras en el Distrito Federal—lo que

representa un potencial de más del 11 por ciento y 13 en el resto del país, se caracterizó en 1994 por reforzar tanto su barra informativa como la infantil y la de música romántica, entre otras” (Olmos, 1995: 41-44).

Durante el mismo sexenio, Radio Educación marcó una notoria diferencia al resto de las demás emisoras estatales; esto se debió principalmente a la relación que la estación pudo establecer con el Estado, la sociedad y con sus propios trabajadores en un contexto en el que la dinámica del mercado audiovisual ejercía fuertes presiones para ser más competitivo.

En particular, Radio Educación tenía experiencia en producción de contenidos informativos y de asuntos públicos, culturales y educativos; había logrado construir una audiencia crítica desde hacía una década; había promovido un diálogo libre y la independencia editorial. Era la forma mediante la cual ésta y otras estaciones en el cuadrante nacional ampliaban la discusión en el espacio público.

Como se dijo anteriormente, Radio Educación había sido ejemplo para otras 60 estaciones educativas y culturales a las cuales proveía de contenidos. La emisora era fuente de información importante para una masa crítica de la población metropolitana, especialmente los sectores de izquierda o minorías, quienes, ante un alto control de la información y un espacio público que apenas se abría, sintonizaban Radio Educación para enterarse de una realidad nacional diferente—autoritaria, injusta y poco democrática—al México exitoso y en pleno desarrollo que marcaba la agenda presidencial.

Otro hecho que trazó una ruta distinta para Radio Educación en este periodo, fue el activismo de sus propios trabajadores y directivos, quienes se dieron a la tarea de evaluar la situación de la emisora ante el contexto de privatización de organismos estatales que Carlos Salinas llevaba a cabo. Algunos trabajadores de la emisora pensaron incluso que Radio Educación podría ser privatizada; por ello consideraban que la emisora se tenía que reformar para no desaparecer. “En este sentido, la comunidad de Radio Educación tuvo, en noviembre de 1988, con el apoyo de la Universidad Pedagógica, el II Foro Nacional de Radio Educación para definir sus contenidos y su viabilidad ante los nuevos retos” (Radio Educación, 2004: 105).

Los únicos cambios en la emisora acontecieron en el marco de la nueva reforma al sector educativo y cultural liderada por Manuel Bartlett, secretario de la SEP de 1988 a 1992; Radio Educación quedó adscrita a CONACULTA:

El 7 de diciembre [de 1988], en el *Diario Oficial de la Federación* se publicó que la Subsecretaría de Cultura cedía su lugar al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes... en esta reestructuración también se ubicó a Radio Educación como un ente que diera salida a los programas y productos del mismo organismo cultural (Radio Educación, 2004: 105-106).

Alejandro Montaña fue director Radio Educación de 1988 a 1991; pudo resolver los problemas sindicales que habían afectado a la emisora durante los ochenta; se abrieron incluso algunas plazas, se homologaron salarios, se trabajó en la infraestructura de la estación, se reforzaron programas de derechos humanos y asuntos internacionales y se colaboró de manera cercana con CONACULTA (Radio educación, 2008).

Al quedar adscrita a CONACULTA, Radio Educación, a 20 años de su nacimiento, era reconocida por el Estado como una institución cultural y ya no sólo con actividades de apoyo a la educación. Con este anuncio, hecho por el secretario de la SEP a siete días de asumir el cargo, se disipaba el temor que tenían los trabajadores sobre la posible privatización de la emisora. Si bien se vislumbraba que no sería una institución prioritaria para el gobierno entrante, sí se le reconocía, aunque de manera limitada, su contribución social.

Parte de este logro fue impulsado por un grupo activo de trabajadores de la emisora, cuya cohesión y trabajo le habían dado visibilidad como una radio que producía contenidos de alta utilidad social y que especialmente contribuía a ampliar la discusión en el espacio público de la zona metropolitana.

En momentos coyunturales, la organización de los trabajadores ha sido importante para impulsar el desarrollo de la emisora, característica que ha diferenciado a Radio Educación del resto de las radios estatales del país. Si alguien tenía claro a dónde podía dirigirse la emisora, eran los realizadores; después de 20 años, ellos consideraban que la radiodifusora debía seguir trazando su ruta para convertirse en una estación con funciones de servicio público. Los trabajadores dirigirían sus esfuerzos a la producción y programación, al Estado le correspondía garantizar otras condiciones como las jurídicas y financieras.

De la evaluación de este periodo, sostenemos que Radio Educación fortaleció su relación con el Estado y la sociedad; el hecho se reflejó incluso en el aumento considerado del presupuesto tanto en recursos fiscales como en aquellos etiquetados, lo cual facilitó en ésta y la siguiente administración resolver los problemas laborales.

**Presupuesto de Radio Educación
(1989-1991)⁴⁶**

Año	Presupuesto fiscal	Recursos etiquetados y coproducciones
1989	3,184,538	178,617
1990	4,801,728	319,459
1991	6,521,630	875,377

Ernesto Pi Orozco asumió el cargo de director de la estación en 1991; con él se creó formalmente el Comité Interno de Evaluación en 1993. Esta instancia deliberativa se constituyó con el objetivo de discutir colectivamente acerca de las decisiones en torno a la programación.

Pi Orozco afirma que fue:

Un acuerdo suscrito entre la Secretaría de Educación Pública, Radio Educación y la Delegación Sindical D-III-57 Sección XI del SNTE el 22 de septiembre de 1988, como una entidad mixta—integrada por autoridades, sindicato y trabajadores—, que sin formar parte de la estructura orgánica de la institución, funcionase como un grupo de trabajo para la conformación de la carta programática (Orozco, 2001: 157).

Para Pi Orozco (2001: 157), el establecimiento de este Comité fue también producto de las demandas de los trabajadores de la emisora y de las propuestas realizadas durante el II Foro de Consulta llevado a cabo en la Universidad Pedagógica Nacional en 1988.

El Comité Técnico de Evaluación estipulaba en sus estatutos centrar sus esfuerzos en:

1) el trabajo colegiado de los productores para planear la producción de programas individuales o seriados que “aborden desde diferentes perspectivas especializadas temas de interés para la sociedad” (Radio Educación, 2001: 102).

⁴⁶ Cuadro elaborado con base en Informes de Autoevaluación ante la Comisión Interna de Administración de Radio Educación, citado en Pi Orozco (2001: 107). El presupuesto fiscal se refiere al monto otorgado a Radio Educación por parte de la Administración federal; el recurso etiquetado es aquel presupuesto destinado a la estación para gastos o actividades específicas; el presupuesto obtenido de las coproducciones fueron aportaciones hechas parte de otras instituciones gubernamentales y ONG’s con las cuales se realizaron programas.

2) la creación de un mayor vínculo con diversos sectores de la sociedad para promover su participación dentro de la toma de decisiones de la emisora.

En el mismo documento se establece que el Comité Técnico de Evaluación fungiría como un mecanismo de participación de los diversos sectores de la audiencia y que contribuía a fortalecer el proyecto de una radio de Estado ligado a la cultura y a la educación (Radio Educación, 2001: 089).

Los objetivos que planteaba el Comité estaban relacionados con promover que la sociedad organizada participara en la evaluación de la carta programática y especialmente que la comunidad académica y profesionales de la comunicación participaran en la política de programación de la emisora (Radio Educación, 2001: 090).

Con el Comité, Radio Educación, a más de 20 años de su creación, sentaba bases normativas para que la emisora realizara actividades de programación con orientación de servicio público; (Radio Educación: 1)⁴⁷ estas bases quedaban estipuladas en el Reglamento del Comité Técnico, el cual decía al respecto: “La integración, objetivo y funcionamiento del Comité Técnico de Evaluación se han revisado en varias ocasiones con el propósito de adecuarlo a las exigencias de calidad y pertinencia que exige la radio cultural y educativa de servicio público” (Radio Educación, 2001: 089).

De acuerdo con la productora Carmen Limón (2008), los trabajos iniciales de este órgano consultivo permitieron revisar la programación y realizar cambios en los contenidos.

Sin embargo, este trabajo colaborativo—que en papel sonaba a un gran avance—se fue viciando con el tiempo. En primer lugar, no se estableció la manera en que la ciudadanía participaría en las estrategias de programación. Esto ocasionó que su voz quedara marginada a llamadas telefónicas y contacto informal que podían tener con los productores al visitar la estación; la comunidad de académicos tampoco tuvo presencia en la realización de políticas de programación. En segundo lugar, el comité se volvió en un espacio donde se manejaban cotos de poder en los que cada productor o miembro del sindicato defendía sus intereses y su forma de concebir la programación. Como

⁴⁷ El documento consultado, “Reglamento del Comité Técnico de Programación de Radio Educación”, p. 1, no cuenta con fecha de publicación.

consecuencia, su funcionamiento se convirtió más en un mecanismo político que en un ejercicio colectivo para realizar políticas de programación.

Al año siguiente, hubo otros avances normativos dentro de la emisora:

El 29 de noviembre de 1994, la SEP publicó en el *Diario Oficial de la Federación* un documento complementario, el ‘Acuerdo 203’, que retoma el texto del ‘Acuerdo 21’ pero añade algunas disposiciones, las cuales, hasta nuestros días, han sido fundamentales para el desarrollo de la emisora (Radio Educación, 2008: 256).

El ‘Acuerdo 203’ establecía las siguientes consideraciones:

...es necesario que esta Secretaría transmita a través de la radio programas de interés cultural y cívico que coadyuven a elevar el nivel cultural de la población, así como promover y fomentar la propiedad del idioma nacional; es propósito de esta Secretaría ofrecer al país dentro de la radiodifusión no lucrativa, una opción de elevado contenido cultural y cívico, para lo cual cuenta con un órgano administrativo desconcentrado que se denomina ‘Radio Educación’, y que resulta esencial e impostergable modificar el Acuerdo por el que se establecen las funciones de Radio Educación, toda vez que el medio de radiodifusión ha adquirido una creciente importancia para el eficaz cumplimiento de los objetivos del Estado mexicano, en el ámbito de la educación y la cultura... (SEP, 1994).

El Comité Técnico de Evaluación es un ejemplo de cómo, ante la ausencia de una política del Estado que orientara el rumbo que debían seguir los medios con fines sociales y culturales, fueron los trabajadores los que—con una idea más clara del servicio que debería brindar un medio estatal y del papel que los trabajadores debían tener para lograrlo—presionaron al Estado para generar mecanismos que les permitieran participar en la toma de decisiones de la programación y tomar en cuenta también a los ciudadanos.

Pero se trataba de mecanismos que resultaban insuficientes si el comité se planteaba como una instancia articuladora de un proceso de participación, y más aún si buscaba acometer el reto de la ciudadanización; como se mencionó en líneas atrás, no se especificaba en ninguno de los documentos cómo se lograría la participación ni qué ciudadanos participarían en él.

En los documentos del Acuerdo, la perspectiva del servicio público se encuentra referida en la definición misma de la estación, aunque no se desarrolla algún apartado descriptivo para dicha categoría.

En el apartado en el que se explica con mayor amplitud los elementos relativos al servicio público, es la sección de criterios (generales y específicos) de evaluación aplicables a la carta programática. Pero no se hace respecto con otras condiciones como pluralidad y diversidad de la información o independencia editorial.

El listado de los criterios varía de un documento a otro, sin embargo permanecen elementos básicos y comunes, conjuntando los diferentes listados se puede obtener uno general susceptible de cubrir los criterios relativos al servicio público, atendido desde la carta programática e incorporado al “Reglamento para la evaluación de las series y programas”.

Otros aspectos estaban también ausentes en el documento publicado en 1993: los criterios de experimentación e innovación como característica de los programas y proyectos, ya que como lo demostraban múltiples experiencias, y particularmente en el escenario de la radio en México de los años noventa, las emisoras estatales y culturales a diferencia de las comerciales, arriesgaban en propuestas innovadoras y experimentales, que en muchos casos enriquecían el espectro radiofónico.

El Artículo tercero del mismo Acuerdo otorgaba facultades a Radio Educación con el fin de captar recursos de fuentes distintas al subsidio estatal: “Para su funcionamiento, Radio Educación contará con los bienes muebles e inmuebles destinados a su servicio, así como con los recursos que le asigne el Gobierno federal del presupuesto de la Secretaría de Educación Pública. Radio Educación podrá recibir, conforme a las disposiciones legales aplicables, aportaciones que deriven de los servicios que preste y de otras fuentes u organizaciones que deseen apoyar sus actividades” (Radio Educación, 2008).

Pi Orozco asegura que el “Acuerdo 203” trajo beneficios a la estación para facilitar la realización de las coproducciones, las cuales potencializaron los temas dedicados a la mujer; por ejemplo, el programa “Dejemos de ser pacientes”, co producido con la institución Salud Integral para la Mujer AC (Pi Orozco, 2001: 115).

Radio Educación pudo recibir recursos extras por la venta de programas y servicios en los años siguientes y algunas donaciones como una hecha por el gobierno de Japón en 1999 (Pi Orozco, 2001: 70-71).

El presupuesto nunca ha sido suficiente para la emisora y desde sus inicios tuvo que buscar otras formas de autogestión para llevar a cabo sus actividades de programación; por ejemplo, establecía acuerdos o convenios con instituciones públicas. Por eso, un hecho fue que, con el “Acuerdo 203” le permitió mejorar su situación

financiera en los años siguientes, así como promover las coproducciones con diversas instituciones públicas y no gubernamentales (Pi Orozco, 2001).

**Presupuesto de Radio Educación
(1992-1994)⁴⁸**

Año	Presupuesto fiscal	Recursos etiquetados y coproducciones
1992	7,378,531	1,955,873
1993	9,995,544	1,801,077
1994	9,801,976	2,369,491

Durante la gestión de Pi Orozco, se le dio continuidad a programas que abordaban distintos problemas sociales; también se apoyó a aquéllos sobre sexualidad y la mujer, algunos de ellos fueron coproducciones: “De todo un poco”, “Conversaciones”, “Dejemos de ser pacientes”, “Vamos a probar”, “Ton’s qué”, “Con la puerta abierta”; “Sexualidad en tu propia voz”, entre otros. Estos programas fueron importantes en un contexto histórico a nivel nacional donde no había mucha información pública sobre la sexualidad ni tampoco una discusión amplia acerca de los diversos problemas y derechos de la mujer.

El noticiario “Ventana 1060”, se convirtió en punto de referencia para muchos intelectuales en México y personas interesadas en la cultura para conocer la agenda de actividades de esta índole; era una agenda que incluso muchos años después seguía siendo de las pocas que cubría otro tipo de manifestaciones culturales que ocurrían en el país.

Por su parte, el programa “Voz pública”, conducido por Francisco Huerta, se convirtió en un ejemplo de participación ciudadana en la radio. Su particularidad fue la de abrir los micrófonos a los escuchas, quienes tenían la oportunidad de denunciar a las autoridades, cuestionar el poder y discutir temas sobre corrupción y ciudadanía que eran prácticamente inexistentes en los medios de comunicación. Los escuchas podían ser cronistas de su propia vida y generar información; era un estilo de periodismo civil. Este espacio atrajo una gama importante de escuchas; no necesariamente en número, sino por

⁴⁸ Cuadro elaborado con base en Informes de Autoevaluación ante la Comisión Interna de Administración de Radio Educación, citado en Pi Orozco (2001: 107). Fuente: Dictámenes de auditoría. Debe considerarse que mientras el presupuesto fiscal cubre salarios, gastos de operación, materiales y suministros y servicios generales, los recursos etiquetados de comunicación social y de coproducciones fueron destinados íntegramente a la producción de series y programas.

los grupos sociales que atendía (comerciantes, estudiantes, amas de casa, etc.); fue un modelo que mostró cómo un medio estatal podía coadyuvar a construir ciudadanía, al ejercicio de la libertad de expresión, generar audiencias críticas y actores políticos. El programa demostró cómo la radio estatal era fundamental para discutir los grandes problemas de la nación y de cómo había una necesidad en esos momentos de tener más contenidos con utilidad social en el cuadrante.

Otras producciones como “Medianoche en Babilonia”, conducido por Tito Vasconcelos, el cual se transmitía desde los ochenta, tocaban temas tabúes—como aquel de la cultura *gay*—. Sobre este programa, el ex-productor de Radio Educación, Daniel González Marín, argumenta que, “en una época donde hablar de los derechos sexuales era aún un tabú, Radio Educación dio foro a ‘Medianoche en Babilonia’, un programa conducido por Tito Vasconcelos todos los domingos y que constituye, como muchos otros programas de la emisora, un hito pionero en los usos y costumbres de la radio en México” (González, 2008).

Al igual que el programa “Voz pública”, “Media noche en Babilonia” invitó a nuevos grupos minoritarios (estudiantes, travestis, transexuales) marginados a participar en la radio; informó a la población y contribuyó a ser visible a un sector del cual el Estado no se había preocupado; para muchos de ellos significó pertenecer a una comunidad; cada domingo los escuchas podían entender mejor su realidad.

Producciones, como ésta, son un testimonio que refleja cómo Radio Educación ha contribuido a la construcción de una noción de servicio público; en parte, porque ha sabido tomar en cuenta a sectores minoritarios y ha hecho visibles problemáticas que eran un tabú en prácticamente el resto del cuadrante o ignoradas en otros medios de comunicación. Ésta ha sido una de las formas mediante la cual Radio Educación, desde su programación, ha ayudado a construir lo público.

En 1994, Radio Educación amplió su cobertura a 17 estados del país, como Guanajuato, Veracruz, Oaxaca, San Luis Potosí, Guerrero y Morelos, y prácticamente en casi todos los estados donde había presencia de sistemas estatales de radio (Mejía, 2005). Su expansión fue importante no sólo por el hecho de ampliar la universalidad en su servicio, sino porque apoyó la diversificación de contenidos y discusión de asuntos públicos en estados—como en Morelos—en donde la radio había sido bastión política del

gobierno. Se trataba de entidades en las que el espacio público se restringía sobre todo para los grupos de élite política y económica, y donde por consiguiente los sectores mayoritarios de la población eran poco visibles; en algunos de estos estados, las transmisiones de Radio Educación contribuyeron a diversificar la conversación pública en distintas regiones del país.

**Carlos Salinas
(1988-1994)⁴⁹**

Programación	<ul style="list-style-type: none"> • Se fortalecieron los programas de derechos humanos y asuntos internacionales. • Se produjeron programas sobre la mujer y se le dio continuidad a la discusión de asuntos públicos. • El programa “Voz pública” abrió micrófonos a los radioescuchas, dándoles la oportunidad de denunciar a las autoridades y generar discusiones obre corrupción y ciudadanía, que en otros medios no se tocaban. • Se siguió promoviendo temas de cultura sexual como “Medianoche en Babilonia”.
Situación administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Con la reforma al sector educativo y cultural, la emisora quedó adscrita a Conaculta. • Se resolvieron los problemas sindicales arrastrados desde los ochenta. • Se abrieron algunas plazas y homologaron salarios. • Aumentaron los recursos fiscales y etiquetados. • En 1993 se creó el Comité Interno de Evaluación, con el objetivo de discutir colectivamente las decisiones sobre la programación. • El Comité interno permitió sentar las bases normativas para que la emisora realizara actividades de programación con orientación de servicio público. • El Acuerdo 203 facilitó que se recibieran donaciones y la realización de coproducciones con otras instituciones públicas y no gubernamentales. • Radio Educación recibió recursos extras por la venta de programas y servicios, así como a través de donaciones.
Relación con el Estado	<ul style="list-style-type: none"> • Hubo intentos de censura de contenidos de la emisora por parte del Gobierno federal. • Con la adscripción a Conaculta, la estación era reconocida por el Estado como una institución cultural que contribuía socialmente y ya no sólo con actividades de apoyo a la educación.

⁴⁹ Cuadro de elaboración propia.

	<ul style="list-style-type: none"> • No fue una institución estatal prioritaria para el Ejecutivo.
Relación con la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • La emisora amplió su cobertura a 17 estados.

3.2.3 La estructura de la radio estatal y las políticas neoliberales: 1994-2000

En estas condiciones Salinas dejó al sector audiovisual y entregó la estafeta a Ernesto Zedillo, quien, de acuerdo con diversos autores (Sánchez, 2005: 430; Alva de la Selva, 2006: 188; Cortés, *et. al*: 2009: 30), siguió la misma ruta que la de su antecesor en relación con el sector de la industria audiovisual y las telecomunicaciones; sólo que en este sexenio se empoderaron más familias como la Azcárraga y Slim. Alva de la Selva (2006) afirma que las políticas de telecomunicaciones desarrolladas durante el gobierno de Salinas de Gortari bajo un modelo neoliberal se expandieron durante el sexenio de Zedillo.

Los pasos se dieron, no obstante de las vicisitudes económicas con las que se topó Zedillo durante los dos primeros años de su gobierno:

A los 20 días de que tomara el poder en diciembre de 1994, ocurrió una salida masiva de fondos extranjeros invertidos en valores mexicanos, debido a que Estados Unidos aumentó las tasas de interés e hizo atractivo sus mercados. Como medida de emergencia, se decidió devaluar el peso, cuyo resultado, según narra Meyer causó:

Una pérdida de confianza del capital externo, en particular del especulativo, y el principio de una salida masiva de capital (40 mil millones de dólares); la economía mexicana simplemente se hundió en una gran crisis que hizo descender el PIB en más del 7 por ciento y desató de nuevo la inflación, que llegó al 60 por ciento. Para 1996 los indicadores económicos habían detenido su caída pero aún no se alcanzaba la recuperación de lo perdido (Meyer, 2006: 899-900).

Para autores como Meyer (2006: 900), Preston y Dillon (2004: 108), Zedillo había prometido en campaña realizar la reforma electoral y terminar con 14 años de deterioro del nivel de vida de los mexicanos, producto de las políticas puestas en marcha por sus antecesores. Pero, la nueva crisis, dejó a 2.5 millones de personas sin empleo; pérdidas en el poder adquisitivo del salario real; 15 mil quiebras de empresas, etcétera. Además de Meyer, Preston y Dillon, otros estudiosos de este periodo como Alfredo Corchado (2013: 102, 103) coinciden en que, para la segunda mitad de los noventa, las promesas hechas

sobre los beneficios que traería el neoliberalismo parecían alejarse de la realidad de los sectores de clase media. Meyer, reporta que:

Al concluir 1997 el 46.3 por ciento de la fuerza de trabajo tenía ingresos que oscilaban entre uno y dos salarios mínimos... México tenía en 1996 el mayor número de familias en América Latina (13) con fortunas superiores a los mil millones de dólares (Meyer, 2006: 900).

Entre ellas figuraban Slim y Azcárraga, lo cual reflejaba la continua expansión de las grandes cadenas de medios de comunicación en el periodo de Salinas.

En el sector audiovisual, Sánchez (2005: 430-431) apunta que la crisis intensificó los reacomodos hechos por los grupos radiofónicos en la primera década de los noventa, los cuales aumentaron el número de radiodifusoras en su propiedad y mantuvieron la concentración del medio: Radiorama (190); Grupo Acir-Corporación Mexicana de Radiodifusión (159); Radiocima (92 estaciones); Organización Impulsora de Radio—OIR—(89); Sociedad Mexicana de Radio—SOMER—(77); PROMOSAT de México (62); Radiodifusoras Asociadas—RASA—(57), etcétera.

También hubo reestructuración en los formatos de las corporaciones comerciales (Grupo Acir, Núcleo Radio Mil, Radiópolis, Organización Radio Fórmula), pero no en los contenidos, los cuales ofrecieron, en sus frecuencias, opciones musicales (música grupera, mexicana, tropical, nortea, banda, romántica). Sólo se dejaron ciertos espacios del cuadrante—como la XEQ 940 (Radiópolis), XEN 690 (RASA), Cambio 1530 (Grupo Siete)—para la programación hablada (Sosa, 1996).

Al igual que los contenidos, la concentración de la industria de la radio en el centro del país permaneció casi igual en este periodo. Sin embargo, una parte de la sociedad mexicana poco a poco se volvía más consciente sobre los problemas nacionales y requería otro tipo de información que tuviera más relación con los asuntos públicos, como sexualidad, trabajo, educación, vivienda, alimentación, entre otros. Tampoco había presión del gobierno para demandar que se transmitiera este tipo de contenidos. Radio Educación fue uno de los casos excepcionales entre los medios estatales que abordó este tipo de problemáticas; en el siguiente capítulo se profundizará al respecto.

Zedillo utilizó a algunos medios, como Televisa, para legitimar su gobierno. El presidente favoreció claramente al duopolio, mientras que los medios de los estados seguían padeciendo una situación financiera poco estable.

Para Patricia Ortega:

...El primer mandatario no se mostró interesado en que hubiera cambios ni siquiera en la estructura de propiedad de los medios audiovisuales, en la legislación de radio y televisión. Más bien, se pronunció por la autorregulación en las empresas mediáticas a través de códigos de ética o de las normas que cada una de ellas decidiera para orientar su quehacer (Ortega, P., 2006: 166-167).

Para las televisoras, la autorregulación de la libertad de expresión significaba abusar de esta “libertad” para seguir produciendo contenidos de bajo costo en los cuales la creación de estereotipos, la burla a sectores vulnerables de la sociedad y la ratificación del clasismo y racismo en los programas eran una constante. A estos medios no les interesaba la rendición de cuentas ni otro tipo de regulación que limitara su poder y expansión en el mercado audiovisual.

Durante este sexenio, se constituyeron los sistemas de radio y televisión en Puebla (1997) y Veracruz (2000), con lo que se expandía la presencia de la radio estatal en 24 estados de la República. Si bien la infraestructura crecía, el número y poder de estas radios no eran lo suficiente para hacer contrapeso a las necesidades informativas de la población a fin de siglo. El presidente Zedillo no hacía pronunciamientos en la radio estatal tampoco; los daba en la televisión comercial principalmente, lo cual mostraba su desinterés en los sistemas estatales de radiodifusión desde el Poder ejecutivo. Era una manera simbólica de restarles presencia y respaldo a estos medios ante la sociedad.

En este periodo, Radio Educación y el IMER fueron dos medios que apoyaron a las radios estatales para cubrir algunos de los huecos de contenidos informativos, culturales y educativos que carecían estas estaciones. Como se explicará más adelante, Radio Educación lo hizo a través de la ampliación de sus transmisiones y el IMER por medio de sus repetidoras.

**Sistemas de radiodifusión estatal creados en el sexenio de Ernesto Zedillo
(1994-2000)⁵⁰**

Estado	Sistema	Inicio de transmisiones
Puebla	Sistema de Información y Comunicación del Estado de Puebla: XHCOM 105.9 FM, municipio de Puebla	18 de noviembre de 1997 ⁵¹
Veracruz	Radio Televisión de Veracruz: Radio Más 107 FM, “la radio de los veracruzanos”	6 de abril de 2000

Periodistas e investigadores, como Carmen García Bermejo (1996), Gabriel Sosa (1996), Alma Rosa Alva de la Selva (2000) y Cristina Romo (1990), quienes estudiaron el desarrollo de la radio estatal en la segunda parte de los noventa, coinciden en que la situación política y administrativa, así como la relevancia social de la programación fue muy desigual en diferentes radiodifusoras del país.

Hubo radios estatales que fueron afectadas financieramente; incluso el Sistema Morelense de Radio y Televisión estuvo a punto de desaparecer, al despedir a 200 trabajadores y vender sus cuatro estaciones mediante licitación pública (Sosa, 1996). Entre ellas se encontraban las emisoras de Jojutla, Yautepec y Cuautla, las cuales dejaron de funcionar en 1999; hasta la fecha sólo operan como repetidoras.⁵²

Romo describía, en 1996, el estatus de las radios estatales de la siguiente manera:

Las principales causas de los problemas más agudos por los que atraviesan las estaciones permisionadas son el financiamiento y los cambios políticos sexenales. Señala que puede ocurrir que se nombre a un nuevo director que cambie todo el proyecto, modifique la programación, tenga dificultades con el personal y éste acabe por retirarse; o que las instancias superiores no se interesen por la radio y se les retire el apoyo... No es raro visitar las instalaciones de alguna radio estatal y encontrarlas muy bien equipadas, pero con dos o tres personas que sostienen la señal en el aire con la transmisión de un disco de larga duración (García, 1996).

⁵⁰ Cuadro de elaboración propia.

⁵¹ Información proporcionada por el director de Radio, del Sistema de Información y Comunicación del Estado de Puebla, José Arturo Fernández Jaso, 28 de marzo de 2012.

⁵² Información proporcionada por la Dirección de Radio y Televisión del Congreso del Estado de Morelos.

Las consecuencias de la falta de continuidad transexenal en los proyectos en la mayoría de las emisoras estatales se reflejaba en una programación que no representaba ni informaba a los escuchas sobre la profunda crisis económica en la que se encontraba el país. No había contenidos suficientes que discutieran el tema del desempleo, ni del deterioro económico de las familias mexicanas; tampoco vertían una explicación sobre la concentración de la riqueza en 13 familias, y su relación con la creciente desigualdad económica y social.

Sobre todo, los contenidos de los espacios noticiosos tenían información sesgada y eran controlados por los gobiernos estatales y locales. En la mayoría de las estaciones estatales la barra programática estaba desarticulada; podría haber un programa con contenidos que contribuyeran al desarrollo de la región o localidad, pero el siguiente programa en curso podía ser de promoción gubernamental.

Salvo excepciones, como la “XHUAN FM, Estereofrontera”, de Tijuana, perteneciente al IMER, la programación de entretenimiento, educativa y cultural en emisoras estatales tenía poco impacto en las comunidades. En “Estereofrontera”, por ejemplo, había diversidad de géneros musicales, contenidos que apoyaban a los programas de educación primaria; incluso empezaron a escucharse programas sobre género o infantiles (Moreno, 1987: 67).

A pesar de estas irregularidades en la programación y en la continuidad transexenal de los proyectos, cabe notar que desde los ochenta, a medida que Radio Educación y el IMER iban expandiendo su presencia en las radios estatales de otros estados a través de estaciones repetidoras o intercambio de programación, las radios estatales se fueron fortaleciendo y con ello sus vínculos con la comunidad.

A mediados de los noventa, había nuevos temas en la vida pública de México que casi no se trataban en las radios estatales con profundidad: el descontento de las mayorías con respecto al partido hegemónico en el poder; la migración hacia Estados Unidos; el abandono al campo como consecuencia de las políticas de Estado; el fracaso del TLC en algunos sectores económicos como el mismo campo; el crecimiento de la economía informal, la prostitución como producto del desempleo (del 10 al 25 por ciento) y la corrupción de cuello blanco; el incremento de la violencia e inseguridad en las ciudades y la derivada por el crimen organizado; la proliferación del tráfico de armas, secuestros, los

cárteles de las drogas y su infiltración en grupos como la policía y los jóvenes; la presencia de los militares en las calles de la ciudad de México. Éstos eran asuntos sobre los cuales la población en el país necesitaba dialogar, y no se encontraban en las agendas de la mayoría de las radios estatales debido al control de la información que imperaba en el gobierno de Zedillo; entre dichas emisoras se encontraban Campeche, Estado de México, Tamaulipas, Morelos.

Los sistemas de radio estatal necesitaban tener más impacto en la vida pública. Este panorama conducía a que la mayoría no tuviera presencia en diversos grupos de la sociedad (García, 1997), e incluso que las emisoras fueran marginadas por algunos políticos, funcionarios, periodistas y académicos, quienes a veces no querían participar en entrevistas porque no les redituaba visibilidad entre un grupo amplio de escuchas. Mejor preferían aceptar apariciones en programas de estaciones comerciales.

En efecto, uno de los mayores problemas a los que se enfrentaron las radios estatales, fue cómo aumentar su presencia e influencia en la sociedad y diversificar su audiencia. Un dato que evidencia la situación que enfrentaban los medios estatales es el ejemplo de Radio Educación, la cual en 1996, sólo el 12 por ciento de la población mexicana la conocía, a pesar de que la estación ya tenía 18 años al aire (García, 1996).

Para Radio Educación y las demás emisoras estatales del país, tener una audiencia amplia parecía ser una quimera debido a la poca importancia que tenían para el Estado, los gobiernos estatales y la mayor parte de la sociedad que tampoco hacía esfuerzos por acercarse a estos medios. Pero más que una audiencia amplia, para un medio estatal en México, representaba un mayor reto lograr tener impacto social entre los sectores de la población que la escuchaban.

Estos hechos se sumaban a otros problemas que conducían a que las radios sectorizaran su programación a ciertas edades: la estrecha visión en muchos directivos sobre lo que debía ser un medio estatal; la necesidad de contar con nuevos realizadores que produjeran asuntos públicos acordes con la realidad nacional, problemas administrativos y de poder, entre otros.

Radio Educación era una excepción en el cuadrante estatal, en tanto se había planteado responder a las necesidades de un medio que aspiraba a ser público; dichas necesidades tenían que ver en parte con transmitir una programación que apelara a grupos

diversos. En efecto, lo había hecho, pero el reto de diversificar sus públicos era aún mayor, sobre todo porque la principal audiencia a la que esta radio accedía oscilaba entre las edades de 30 y 45 años (García, 1996).

Esto significaba un desafío para los productores de la administración de Ernesto Pi Orozco, sobre todo porque se requería invertir mayores recursos financieros para seguir ofreciendo continuidad a un proyecto cultural y educativo. Desde su aparición, la emisora había podido gradualmente fortalecer sus actividades programáticas, pero cada sexenio se enfrentaba con nuevos retos, como el hecho de responder a las necesidades políticas y sociales de las minorías y mayorías de la zona metropolitana que se tornaban más complejas. Darle continuidad a este tipo de proyecto era una manera de combatir los bajos niveles de audiencia.

Es interesante observar que, si bien Radio Educación tuvo claro desde sus orígenes desarrollar un proyecto cultural y educativo, las estrategias sexenales para abonar a este proyecto no fueron siempre estructuradas o establecidas desde inicios de cada administración; muchas veces se trató de propuestas espontáneas, otras veces respondieron a las decisiones del director en turno; o bien, a la iniciativa de algunos de sus trabajadores quienes habían estado comprometidos con el proyecto.

En esta ocasión, como parte del desafío que representaba diversificar la audiencia y de la visión de realizadores, como Olga Durón, Marta Romo o Lourdes Müggensburg, Jesús Estrada Ruiz, Gabriela Granados y Margarita González Ortiz, entre otros, Radio Educación fue una de las pocas radiodifusoras en el país que produjo programas infantiles. Los niños en México constituían un grupo social desatendido por la radio comercial y por la mayoría de las radios estatales, y había productores capacitados y motivados para realizar este tipo de contenidos (Zavala, 2014).

La emisora se preocupó por atender a este grupo, formulando espacios originales y creativos. En los noventa se transmitieron “Circo, maroma y libros”, “Radio sí”, “Cuando yo sea grande”, “Aventuras en el tímpano”, “Besos de papel”, “Que hable el corazón” (Radio Educación, 2004).

Sin embargo, Alva de la Selva afirma que, en esta emisora, el respaldo fue insuficiente para continuar con algunos de los proyectos infantiles, como el de “Notiloco”, el cual duró 35 semanas y dejó de transmitirse el 11 de enero de 1997. “La

directiva de XEEP, Radio Educación, hizo saber al equipo productor [Hannia Novell, Edgar Cruz, Mónica Rosendo y Sandra Luna] de ‘Notiloco’ la decisión de cancelar este programa, el único en el cuadrante verdaderamente de los niños y para los niños. En vivo, con voces infantiles de a de veras en los micrófonos (y no adultos que engolaran las suyas para parecer niños chiquitos), con guión original, investigación para la producción, e, incluso, cierta capacitación radiofónica para los niños participantes en el programa, ‘Notiloco’ paladeaba ya lo que es la verdadera participación del público, aún hoy una rareza en el dial. Se trataban temas de lo más diverso pero con un denominador común: ser del interés de los menores que componían la audiencia.

Una de las emisiones más llamativas fue la que abordó el tema de los derechos de los niños cuyo impacto en el público radioescucha fue revelador: al contrario de lo que se suponía, muchos pequeños oyentes tenían cierto conocimiento del tema...(Alva de la Selva, 1997: 44).

“Notiloco” es un ejemplo de muchos más que evidencian la falta de continuidad a proyectos propositivos y que contribuyen a dar visibilidad a grupos sociales vulnerables. Radio Educación ha tenido la visión para promover la creatividad y la experimentación, pero algunas de estas producciones se han topado con problemas administrativos y a la ausencia de una política de Estado que apele a la atención de las minorías o este tipo de grupos.

Otra limitante que enfrentaba (y enfrenta hasta la fecha) la emisora para diversificar su audiencia, se debe a que los productores de base eran quienes decidían regularmente qué proyecto podía salir al aire.⁵³

En el plano financiero, en el gobierno de Zedillo el apoyo económico para Radio Educación—aunque aún limitado—creció con respecto al adquirido durante el sexenio de Salinas. Esto se debió en parte al “Acuerdo 203”, el cual había permitido la obtención de donaciones y recursos vía la realización de programas con otras instituciones.

⁵³ Los productores de base son: Laura Elena Padrón, Lourdes Muggenburg, Edmundo Cepeda, Guadalupe Cortés, Cruz Mejía, Pilar Muñoz, Alain Derbez, Rafael Catana, Sonia Riquer, Mario Ledesma, Graciela Ramírez, Guadalupe Sánchez, Margarita González, Lidia Camacho (licencia indefinida).

**Presupuesto de Radio Educación
(1992-1994)⁵⁴**

Año	Presupuesto fiscal	Recursos etiquetados y coproducciones
1995	10,020,191	3,157,719
1996	14,974,284	2,943,674
1997	16,234,812	2,554,833
1998	22,671,513	3,874,514
1999	26,477,597	4,151,161
2000	33,452,501	4,375,764

El presupuesto se orientó a impulsar la programación dirigida a diferentes tipos de escuchas: “fueron creados más de 20 programas nuevos, entre los cuales destacan ‘Palabras de jazz’, ‘Somos lo que comemos’, ‘Piel de asfalto y almohada sin fondo’. Asimismo, fueron transmitidas, en coordinación con la Unidad de Publicaciones de la SEP, siete radionovelas para el público infantil: ‘Natalia’, ‘Jacinto y Esteban’, ‘Toño come moscas’, ‘Elisa’, ‘Aventuras en el ombligo de la luna’, ‘Agüita salada’ y ‘Sucede hasta en las mejores familias’” (Sosa, 1996).

Es preciso observar que los contenidos infantiles significaron para Radio Educación brindar mayor atención a un sector social vulnerable; especialmente cuando en estos años, pocos eran los espacios de educación, información y entretenimiento—fuera de la escuela—dirigidos a los niños. Para los productores resultó un reto cómo comunicar temáticas complejas y nuevas para los niños; muchas de ellas, como los derechos humanos, tenían poca cabida en los programas del Gobierno federal y de los estados en los años noventa. De hecho, no había una plena conciencia, entre la mayoría de los ciudadanos, sobre tópicos como la libertad de expresión.

Es un hecho que, con los programas infantiles, Radio Educación buscaba contribuir a forjar valores cívicos; fue también un ejemplo de cómo la emisora fue construyendo lo público en su quehacer cotidiano y cómo enfrentó presiones presupuestales y políticas por medio de contenidos creativos e innovadores.

Es interesante resaltar también, que hasta la actualidad, este tipo de esfuerzos han sido vulnerables tanto en Radio Educación como en otras emisoras estatales al no contar con autonomía plena y—en ocasiones—cuando no corresponden a intereses de los

⁵⁴ Cuadro elaborado con base en Informes de Autoevaluación ante la Comisión Interna de Administración de Radio Educación, citado en Pi Orozco (2001: 107).

gobiernos en turno; asimismo, cuando los proyectos de las estaciones se encuentran en manos de los directores de las estaciones y no de un proyecto de medios de Estado. En varias ocasiones, estas radios han reflejado principios de lo público, pero son estos factores lo que ha impedido que las radios estatales se constituyan como verdaderos medios públicos.

**Ernesto Zedillo
(1994-2000)⁵⁵**

Programación	<ul style="list-style-type: none"> • Se dio prioridad a la difusión de asuntos públicos, como sexualidad, empleo, educación, alimentación y vivienda. • Siguió apoyando a otras radiodifusoras estatales del país con contenidos programáticos. • Se produjeron programas infantiles, entre ellas siete radionovelas infantiles en coproducción con la Unidad de Publicaciones de la SEP. Sin embargo faltó mayor respaldo a otros proyectos infantiles como “Notiloco”. • En los programas infantiles se enfrentó el reto de tocar temas que no eran abordados en otros medios, tal es el caso de la libertad de expresión. • Las ideas de producción se centraron en unos cuantos realizadores, lo cual afectó la diversificación de contenidos y la creación de otros formatos narrativos. • Las estrategias de programación no siempre fueron estructuradas; a veces fueron espontáneas o respondieron a iniciativas de algunos trabajadores o a las decisiones del director.
Situación administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Aunque el apoyo económico era limitado, fue mayor que en el sexenio de Carlos Salinas.
Relación con el Estado	<ul style="list-style-type: none"> • La institución no fue prioritaria para el Ejecutivo. • No hubo apoyo del Gobierno federal para demandar que se transmitieran contenidos de interés público. • Hubo falta de mecanismos desde el Gobierno federal para fomentar la continuidad de políticas transexenales. • En 1994, ante el levantamiento zapatista, hubo intentos de control de la información por parte del Gobierno federal; la emisora no acató las órdenes y las intimidaciones continuaron durante el sexenio.
Relación con la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • Para 1996, sólo el 12 por ciento de la población mexicana conocía qué era Radio Educación. • La mayor parte de la audiencia oscilaba entre los 30 y 40 años. • Dadas las características de la audiencia, se buscó tener un mayor impacto social y diversificar la audiencia entre

⁵⁵ Cuadro de elaboración propia.

	<p>diferentes sectores de la población de la zona metropolitana, así como responder a las necesidades sociales y políticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La mayor parte de la sociedad no hacía grandes esfuerzos por acercarse a estos medios.
--	--

El IMER fue otra de las radios estatales que puso en marcha estrategias similares a las de Radio Educación para incidir en sectores más amplios de la sociedad; el IMER también sufría de presiones políticas y administrativas en sus actividades de producción. Entre 1995 y principios de 1999 pudo aumentar el número de escuchas; el logro se debió a los cambios en la oferta programática de las emisoras, los cuales se orientaron hacia un perfil más informativo y cultural (Lara, 2000: 177). Hechos como éste demostraron que, en efecto, había ciertos sectores de la sociedad que demandaban otro tipo de información que la radio en México, sobre todo la comercial, no había ofertado.

La irregularidad en el funcionamiento de gran parte de las emisoras estatales y su limitada incidencia social, reflejaban la ausencia de una política de Estado en materia de medios estatales. Hacia finales del siglo XX, esta ausencia era más evidente, porque, entre otras cuestiones, las necesidades de información y expresión de la población eran cada vez más complejas; la estructura y dependencia del poder político dependía de los cambios y voluntades del gobierno en turno; la programación transmitida en muchas emisoras del interior del país no había podido ser una alternativa real de aquella ofertada por los medios comerciales.

Ante tal ausencia de una política de Estado en materia de medios estatales, la productora Guadalupe Cortés proponía que:

...El mismo Estado que creó instituciones culturales, como Radio Educación, debería también garantizar su funcionamiento, no con los parámetros del Estado protector de antaño, sino con instrumentos más adecuados a la situación política y económica contemporánea, la legislación es uno de los más importantes y urgentes (Cortés, *et al*, 2000: 443-444).

Es cierto. El hecho de que no existieran dichos instrumentos, limitaba a la mayor parte de los sectores sociales para formar parte de los procesos de participación de la radio estatal y a que no se escuchara, en la mayoría de las frecuencias estatales del país, un debate profundo sobre la educación, la cultura y los verdaderos asuntos públicos.

Además de los productores, como Cortés, algunos expertos en medios respaldaban esta postura y proponían varios instrumentos políticos y administrativos.

Alma Rosa Alva de la Selva, por ejemplo, proponía herramientas, como los patrocinios del sector privado para diversificar el financiamiento de las emisoras estatales, para que no dependieran únicamente del erario público y pudieran realizar mejor sus funciones sociales (García, 1996).

Era claro que la falta de patrocinios o instrumentos para fomentar la participación estaban intrínsecamente relacionados con el hecho de que el Estado no había apoyado una ley de medios que le permitiera desarrollar una radio pública.

Otros investigadores, como Fátima Fernández y Beatriz Solís, afirmaban que era “tiempo... de explorar un verdadero modelo de comunicación pública” (Fernández, 1996) en donde las organizaciones privadas sin fines de lucro cumplieran un papel protagónico.

Estas voces parecían impulsar un debate sobre la necesidad de legislar los medios estatales de modo que se convirtieran en medios de servicio público; tomaban como referencia a sistemas exitosos de radiodifusión pública de otras naciones, como modelos a seguir, para que la radio estatal en México se fortaleciera. Al respecto, Fernández y Solís señalaban:

Sería oportuno empezar por reflexionar si nuestra sociedad tiene ya la madurez para impulsar la existencia de una radiodifusión pública. Ahora es el momento, particularmente frente a la saturación de los medios conocidos y cuando el poder legislativo evalúa propuestas de adecuación y modificación de la legislación mexicana. No está de más incluir en la agenda la figura jurídica de radiodifusión pública (Fernández, 1996).

El concepto de un modelo de radiodifusión estatal con la participación de patrocinio privado era un tanto nuevo para un país en el que se había estado acostumbrado a recibir únicamente la subvención económica por parte del Estado. Para algunos especialistas de los medios, el financiamiento de la radiodifusión debía ser sólo un asunto del Estado como forma de evitar su sumisión a las reglas del mercado.

Diferentes visiones al respecto se sumaron a la consulta pública organizada por una Comisión Especial de Comunicación Social, durante la LVI Legislatura de la Cámara de Diputados, del 8 de junio al 11 de julio de 1995. En el debate se integraron más de 2 mil 500 propuestas; el tema de la relación de la radio estatal con el poder conformó parte de la agenda.

Según Solís, el encuentro tenía dos objetivos: reordenar el modelo comunicativo en México y “presentar iniciativas de ley para actualizar la legislación en materia de comunicación social, que contemple el punto de vista de la sociedad el respecto y fortalecimiento de la libertad de expresión y de prensa que consagra la Constitución” (Solís, 2009: 38).

La relación de la radiodifusión estatal con el Estado parecía abrir cauce a una nueva fase de diálogo en la que se tomaría en cuenta la participación de algunos sectores de la sociedad. Era un momento anhelado desde hacía un par de décadas para los miles de participantes en esta consulta y quienes representaban a distintos grupos; se trataba de voces quienes creían que la democratización de los medios de comunicación era fundamental para lograr el desarrollo político y social del país.

De esta consulta, los miembros de la Comisión Especial presentaron dos iniciativas de ley el 22 de abril de 1997; la primera, desplegada por la diputada María Teresa Gómez Mont (PAN), era la Ley Federal de Comunicación Social; la segunda, era presentada por la diputada Ana Lilia Cepeda (PRD) y se trataba de un proyecto de decreto que reformaba y añadía diversos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley Federal de Entidades Paraestatales (Solís, 2009: 39).

Resulta interesante que, dentro de las iniciativas, se planteaba reordenar la estructura de los medios permisionados, fortalecer la rendición de cuentas y transparencia de los mismos, y la transformación de medios de gobierno a medios de Estado.

La Ley Federal de Comunicación Social proponía “establecer normas de operación y ampliar la tarea de los medios de gobierno a medios de servicio público” (Solís, 2009: 41). Por su parte, la iniciativa del PRD promovía la creación de medios permisionados y la facilidad para obtener recursos de fuentes de financiamiento distintas a las del erario público; específicamente planteaba “la constitución de la Comisión Nacional de Comunicación Social y del órgano autónomo encargado de otorgar las concesiones; facilite y estimule la existencia de estaciones culturales, de experimentación, estaciones comunitarias, entre otras cuestiones” (Solís, 2009: 39). Se estipulaba que “las estaciones permisionarias podrán financiar sus operaciones a través de la venta de espacios publicitarios y servicios de producción, siempre y cuando dicha venta no genere ingresos lucrativos” (Solís, 2009: 39).

Los trabajos trascurrieron hasta 1998 sin poder aprobar alguna de las propuestas; el gobierno de Zedillo no les dio la importancia necesaria para impulsarlas para convertirlas en ley; los grupos radiofónicos que habían aumentado sus concesiones y los medios de comunicación de las familias Salinas y Azcárraga no querían que los sistemas de radiodifusión estatal se fortalecieran porque significaban competencia. Solís participó en este largo proceso, sobre el cual concluye: "... desde el escenario de los medios y avalados por la complicidad del Poder ejecutivo, la reforma legislativa debió nuevamente resignarse a su papel de promesa incumplida" (Solís, 2009: 43).

Es un hecho que, a finales del siglo XX, había un consenso entre actores políticos importantes en la vida nacional (algunos diputados, académicos especialistas en medios, periodistas, trabajadores de los medios, entre otros), sobre la función social que debían asumir los medios estatales: 1) tenían que ampliar sus actividades y convertirse en medios públicos; 2) eran fundamentales para el desarrollo democrático de la sociedad en México y por lo tanto tenían que fortalecerse; 3) su situación jurídica se tenía que actualizar y definir con mayor profundidad.

A pesar del avance en los trabajos de la sociedad organizada sobre la actualización del marco jurídico de los medios de comunicación, las iniciativas de ley no trascendieron. Con este episodio, en el gobierno de Zedillo, se impidió la posibilidad de reordenar el modelo comunicativo en México y, particularmente, poner en marcha una política de Estado que fortaleciera el funcionamiento de la radio estatal en el país de acuerdo con la realidad que vivía la sociedad en México a finales de los noventa.

En suma, en el gobierno de Zedillo la responsabilidad de los medios—como lo anota el investigador Javier Esteinou—quedó bajo la tutela "de la lógica del mercado informativo 'autorregulado'" (2005). El eje de dicha lógica fue el modelo de radiodifusión privada el cual, si bien ya formaba parte del mercado informativo desde décadas atrás, su estructura fue revigorizada con el proyecto neoliberal. El modelo estatal desempeñó un papel complementario en la agenda pública del Estado a pesar de la creación de nuevos sistemas de radiodifusión estatal.

3.2.4 La estructura de la radio estatal y las políticas neoliberales: 2001-2006

Cuando Vicente Fox llegó a la presidencia en el 2001, amplios sectores de la sociedad abrieron sus expectativas al haber quitado al PRI del Poder federal; algunas instituciones como el Instituto Federal Electoral habían trabajado para que hubiera elecciones limpias y se respetara el voto.

En el primer capítulo ya se explicó cómo estos distintos grupos sociales esperaban que las instituciones públicas se transformaran jurídica y políticamente para transitar hacia un sistema político democrático; entre estos organismos se encontraban los medios de comunicación estatales.

Sin embargo, existían ciertas condiciones económicas y políticas—como la inequidad o el fortalecimiento de las instituciones—que limitaban la transición democrática.

Los entonces corresponsales del periódico *The New York Times*, Julia Preston y Sam Dillon, explican la situación que vivía México al arribar el nuevo siglo:

La democracia mexicana todavía está en formación. A causa de las extremas desigualdades socioeconómicas que persisten en México y de la ausencia de un eficaz sistema de justicia..., el arribo de la democracia electoral no les ha hecho más fácil la vida a la mayoría de los mexicanos (Dillon, 2004: 16).

Los problemas para impulsar la democracia se veían acentuados con la falta de una modernización del sistema comunicativo en México; a la transición política no le había correspondido un cambio en la estructura de medios de comunicación.

Por ello se esperaba que el gobierno de Fox creara una política de comunicación donde hubiera mayor inclusión de los ciudadanos en los medios de comunicación privados y estatales. La política tendría impacto en la democratización del espacio público al permitir un mayor flujo de información y otorgar autonomía a los sistema de radiodifusión estatal, con la puesta en marcha de un modelo de radiodifusión más equitativo que coadyuvara a la transformación del sistema político mexicano.

Con esa esperanza social, Fox llegó a los Pinos. Sin embargo, esa confianza se fue diluyendo en tanto las acciones del nuevo presidente se alejaban de sus promesas por democratizar el Estado mexicano. La anhelada democratización se dio más en lo político pero no se consolidó en lo social ni en lo cultura, como fue en el caso de la pluralización de los medios de comunicación.

Contrario a sus promesas, a medida que transcurrían los primeros meses del primer año de su sexenio, Fox fue fortaleciendo las políticas neoliberales desarrolladas en los sexenios anteriores. En el sector mediático, estas políticas beneficiaron a las principales corporaciones audiovisuales privadas, las cuales siguieron expandiendo su capital económico, político y social.

En el primer capítulo, ya se ha explicado cómo estas políticas crearon vacíos de poder en el Estado mexicano que paulatinamente fueron ocupados por corporaciones internacionales, entre ellas las grandes industrias de los medios de comunicación. Televisa y Televisión Azteca principalmente fueron adquiriendo poderes superiores a los establecidos por la ley; su influencia era cada vez mayor en sectores empresariales, como el mercado bursátil internacional; obtuvieron más peso en las instituciones políticas como los partidos políticos; su presencia cultural en grupos mayoritarios y minoritarios de la sociedad fue obteniendo cada vez más presencia a través de sus contenidos.

El Estado renunció a sentar las directrices sobre el desarrollo cultural del país, y cedió las principales actividades de difusión informativa de la cultura y la educación a los grandes medios audiovisuales privados, los cuales se convirtieron en los canales principales de comunicación del Gobierno federal. Esto intensificó la desregulación en la información; la dinámica del mercado se encargaría de autorregularla.

Autores como Javier Esteinou y Alma Rosa Alva de la Selva coinciden con este hecho. En su libro, *Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información* (afirman que, con la llegada de Vicente Fox, hubo vacíos de poder que fueron usurpados por la industria privada de medios de difusión, la cual fortaleció una relación de dominación con la ciudadanía que ya se había consolidado en la segunda parte del siglo XX. En esta nueva fase, los medios ya no pudieron ser controlados por el Estado y la sociedad. Esteinou específicamente dice que, como consecuencia, “el Estado moderno y el proyecto de sociedad sufrieron el mayor debilitamiento ideológico-político de todo el devenir nacional después de la Revolución de 1910” (Esteinou *et. al*, 2011: 111).

Estas empresas se convirtieron en poderes fácticos; su relación con el Estado y la sociedad se redefinió en este siglo al obtener mayor poder.

Con el apoyo de la presidencia de la República, estos conglomerados internacionales, mediante sus espacios de programación, continuaron legitimando el

control político y autoritarismo del gobierno en turno; acapararon la discusión en el espacio público; cada vez más fueron decidiendo la agenda informativa nacional y local sin necesariamente cubrir los principales problemas del país. También desprestigiaron a políticos que no coincidían con su proyecto político y económico; le dieron gran visibilidad a los grupos de élite política y económica, dichos grupos a su vez recurrían al recurso mediático de los medios comerciales para expresar sus puntos de vista y ratificar así su poder a nivel local, estatal y federal. El intercambio de favores y promoción política entre los medios y el gobierno fue común en este sexenio.

Estas acciones políticas contribuyeron a que el Estado mexicano ampliara el ejercicio de su poder con el apoyo del modelo comercial de comunicación; sobre todo los medios electrónicos privados se fueron consolidando como uno de los ejes ideológicos para el Estado.

En tanto más poder se le concedía a los medios privados, la radiodifusión estatal iba restando su presencia política en la arena pública. El Canal 22 no era una TV de servicio público ni representaba la realidad de la pluralidad social y cultural. Ante tal hecho, grupos sociales, entre ellos algunos intelectuales, periodistas, académicos y miembros de ONG's, así como ciudadanos interesados en contar con mejores medios audiovisuales, habían perdido la esperanza de que esta televisión ofreciera contenidos diversos y plurales, y con entretenimiento lúdico. Al cambio de siglo, el canal no representaba una opción diferente de programación; por el contrario, constituía una oferta similar a la de Televisa. El hecho, también significaba para los ciudadanos del país perder la oportunidad de contar a futuro con una red de medios públicos a nivel nacional.

Sólo hubo excepciones de medios no comerciales que lograron crear esferas de comunicación que ayudaron a dar visibilidad y reconocimiento a grupos de la sociedad civil en el espacio público local y nacional. En líneas posteriores explicaremos el rol de Radio Educación al respecto.

Ante estas condiciones políticas, podemos distinguir tres eventos que dictaron la política de Fox en torno a los medios de comunicación, los cuales reforzaron el poder a los medios privados y desfavorecieron a los medios estatales: 1) el establecimiento de la "Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos"; 2) *el decretazo*; 3) la Ley Televisa.

Como respuesta y al unisón de estos tres eventos, se intensificó, entre más grupos de la sociedad civil, las críticas al papel del Estado en cuanto a la relación de poder con los medios estatales; las diferencias abismales entre los dos modelos de radiodifusión; la alta concentración de los medios privados y la inadecuada situación jurídica de los medios estatales y comerciales, entre otras cuestiones.

A continuación, se explicarán estos tres eventos y la respuesta de la sociedad organizada:

1) Establecimiento de la “Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos”.—En un contexto en el que se expande altamente la industria audiovisual privada, sólo pocos grupos de la sociedad (como periodistas, académicos y miembros de la sociedad organizada) estaban conscientes de esta nueva relación de poder entre la industria audiovisual y el Estado. Ante tal escenario, para estos sectores, la posibilidad de contar con una estructura de medios más democrática se encontraba en los medios no comerciales.

Era un hecho que estos sectores cada día estaban más conscientes sobre la necesidad de fortalecer los medios estatales; proponían darles autonomía con respecto al gobierno y mejorar su situación económica; incluso planteaban que la ley los reconociera como verdaderos medios de servicio público.

Las discusiones de 1995 y 1998 respectivamente habían dejado—en ciertos grupos de académicos, periodistas, organizaciones no gubernamentales y algunos políticos, medios estatales y culturales—crispación por el favoritismo que había mostrado Zedillo a los medios comerciales, así como por las irregularidades legislativas y las presiones políticas cometidas durante su gobierno.

La llegada de la alternancia al Poder federal había creado en estos grupos expectativas sobre un cambio viable en la relación de poder entre los medios estatales, el Estado y la sociedad. De acuerdo con Patricia Ortega, “varios fueron los compromisos que Vicente Fox expresó como candidato a la presidencia de la República para mejorar las condiciones jurídicas y políticas en las que se daban esas relaciones” (Ortega, P., 2005: 95-96).

Definitivamente en el año 2000-2001 se había creado un contexto político en el que parecía que estas condiciones cambiarían para los medios estatales y en específico

para los 24 sistemas de radio de los estados. Se requería que estas radios fueran legisladas para que pudieran ser dotadas de recursos financieros, humanos, administrativos suficientes para poder operar autónomamente con respecto del gobierno, y brindar beneficios a la sociedad con programación más plural y diversa en su región que pusiera en discusión los asuntos públicos más importantes a nivel nacional y local.

Este contexto motivó a que algunos representantes de los medios estatales establecieran un foro de discusión mediante eventos nacionales e internacionales, publicaciones, documentos que incluían propuestas concretas sobre cómo mejorar su situación laboral o cómo legislar el servicio público de radiodifusión, desplegados, su propia programación, etc. El Canal Once, el IMER y Radio Educación fueron unos de los medios que lideraron este debate; en él se autodefinieron como medios estatales con vocación de servicio público. Los representantes de los medios estatales pudieron tener una mayor presencia en la discusión de sus propias condiciones frente a la estructura de medios de comunicación; exigían un estatus distinto, mayor autonomía, un reconocimiento a su labor de servicio público.

Estas evidencias parecían indicar que el Estado mexicano haría cumplir la vieja promesa de democratizar los medios de titularidad estatal.

Al respecto, la investigadora Beatriz Solís afirma que:

México inicia una nueva etapa después de los resultados del 2 de julio de 2000, con un gobierno distinto al PRI y donde la Reforma Política de 1977 parecía haber encontrado una etapa concluyente, con un órgano electoral autónomo y una sociedad más participativa que logró un Congreso más heterogéneo en su representación política. (Solís, 2009: 43)

Una vez en la silla presidencial, Fox se comprometió a revisar el marco legal de los medios y realizar las consultas con la sociedad que fueran necesarias, como parte del plan de comunicación social de su gobierno. Patricia Ortega afirma que:

El 5 de diciembre de 2000, mediante un documento oficial que tuvo escasa difusión, la presidencia de la República reconoció la necesidad de un nuevo marco legal ‘para hacer plenamente efectivo el derecho a la información y la libertad de expresión’ (Ortega, P., 2005: 98).

Sin embargo, para Ortega:

Se trataba de un documento que contenía los principios generales de la política de comunicación de la presidencia de la República pero en él faltaban las precisiones y los argumentos sobre qué acciones se llevarían a cabo para lograr los compromisos establecidos. Faltaba, sobre todo, la visión de Estado (Ortega, P., 2005: 98);

especialmente porque no se hacía mención alguna a los medios que eran propiedad del Estado.

La investigadora Patricia Ortega observa este periodo con acuciosidad:

Con gran prontitud quedaban olvidados los planteamientos de los medios estatales que había presentado Fox durante su campaña. Tampoco se establecieron lineamientos que sustentaran la no intervención del gobierno en las emisoras públicas como lo había prometido en la misma campaña. De haberse cumplido esos compromisos se habría logrado resolver algunos de los principales problemas de los medios del Estado y habría significado un gran avance en la construcción de una relación más autónoma de estos medios con respecto al gobierno, mayor pluralidad y sobre todo una mejor vinculación con la sociedad al incorporar consejos con participación ciudadana, dentro de las estructuras de gobierno de dichos medios (Ortega, P., 2005: 98).

En lo que se refiere a la reforma del marco legal de los medios de estatales sólo se trató en pocas ocasiones durante el sexenio y sin mayores resultados favorables para la sociedad. Al principio del gobierno de Vicente Fox parecía que había interés por llevar a cabo una reforma integral para actualizar la Ley federal de radiodifusión y telecomunicaciones. La secretaría de Gobernación convocó a distintos sectores sociales para instalar la “Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos” el 5 de marzo de 2001.

La Mesa pretendía revisar temas concernientes a las condiciones políticas, jurídicas y sociales de los medios de comunicación, cuyos resultados pudieran servir para redactar una iniciativa de ley de radio y televisión. Representantes de sectores políticos y sociales participaron, lo cual reflejaba un mayor interés de cada vez más grupos de la sociedad interesados en discutir la situación de los medios de comunicación en el país. Entre ellos se encontraban la secretaría de Gobernación, secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Cámara de Diputados y Senadores, la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), la Red de Radiodifusoras y Televisoras Culturales y Educativas, El Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), partidos políticos y otras ONG's.

El tema de los medios de titularidad estatal tuvo presencia en una de las mesas; se discutió la posibilidad de que pudieran tener la definición jurídica como medios públicos. Era interesante el hecho que cada vez más sectores de la sociedad reconocieran que los medios estatales tuvieran que tener un marco jurídico como medios públicos.

De acuerdo con Solís (2009: 43-44), en el debate “participaban empresarios, legisladores, medios permisionados, partidos políticos, universidades y organizaciones sociales. Los trabajos se organizaron en siete grupos temáticos para avanzar en la elaboración de propuestas, y para finales de 2001 contaban ya con un documento con propuestas sobre los asuntos que deberían ser actualizados en la nueva ley de medios electrónicos. Para febrero de 2002, los miembros de la ‘Mesa de Diálogo’ deciden conformar un grupo de redacción para trasladar las propuestas a una iniciativa de ley”.

Sin embargo, la iniciativa de ley no trascendió más allá de un documento elaborado por representantes de la sociedad y de un debate—al que se sumaron más representantes de grupos organizados interesados en los medios—que intensificó, entre otras cuestiones, la demanda de transformar la relación de poder de los medios estatales con el Estado para que éstos pudieran ser más autónomos con respecto al gobierno y fortalecer su función social como medios estatales.

Varios de los integrantes en la mesa hicieron cuestionamientos sobre la voluntad de Vicente Fox para transformar la relación de los medios y el Estado. El presidente además había establecido alianzas con medios privados de comunicación, especialmente con el duopolio televisivo; los políticos buscaban visibilidad en los medios y—salvo excepciones—sucumbían a sus presiones e intercambio de favores.

2) El decretazo.—La evidencia más clara de lo anterior se dio el 10 de octubre del 2002 con el llamado *decretazo*: el Poder ejecutivo decretó un acuerdo presidencial sobre el manejo del 12.5 por ciento de los tiempos de Estado y modificaciones al reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión.⁵⁶ Pero en realidad el Gobierno federal ignoraba con dicho decreto el trabajo que se había realizado con la iniciativa de reforma integral de los medios electrónicos. Al Ejecutivo no le importó pasar por alto los acuerdos obtenidos con grupos de la sociedad civil en las mesas de diálogo, y al vapor puso en marcha tal reglamento en el que, entre otras cuestiones, soslayaba la transición de los medios estatales en públicos como Fox había prometido durante su campaña presidencial.

⁵⁶ Para un seguimiento de los hechos, leer la revista *Proceso*, del 5 de diciembre y el periódico *La Jornada*, en sus ediciones del 1, 10, 16 de diciembre, 16 de febrero, y 2 de junio del 2005.

El partido en el poder había cambiado, pero no el sistema político y como consecuencia su relación con los medios estatales. Un sistema político que a través de acciones como el decretazo, daba prioridad a los designios de las leyes del mercado y no a las demandas de los actores políticos organizados (Meyer, *et al*, 2000).

Con el fracaso de esta iniciativa, el gobierno de Fox coadyuvó a que el modelo comercial de medios de comunicación obtuviera más poder e injerencia en la vida pública del país; asimismo, quedaba evidente que a Fox no le interesaba el desarrollo de los medios estatales de comunicación, y en particular la radio.

Tanto las mesas de diálogo como el *decretazo* fueron dos eventos que motivaron a intensificar en estos años el debate sobre la importancia de fortalecer los medios estatales. Se hizo reflexionar a algunos sectores de la población sobre la importancia de los medios estatales al ser un *bien público*; el cual, como dice la investigadora Alma Rosa Alva de la Selva (2002: 101) es un *bien* que tiene que ser defendido activamente por la sociedad organizada: “para la sociedad está quedando claro que el cambio democrático y la democracia como forma de vida, requieren transformaciones de muchos espacios de la vida comunitaria que por lo tanto no podrá darse de manera auténtica sin modificaciones profundas en la forma de funcionamiento de la radio y la televisión en este país”.

Incluso fue novedoso que algunos políticos, quienes habían sido apáticos a esta discusión, se sumaran a estas críticas; por ejemplo, el ex gobernador guanajuatense, Carlos Medina Plascencia en un foro internacional, afirmaba: “cuando se trata de recortar presupuestos, lo primero a donde llega la tijera es al sector de la radiodifusión. Ésta es una tendencia, si se quiere subconsciente, de un desprecio por la importancia política de la información” (Suárez, 2000: 480).

Sin embargo, la gran mayoría de estos actores lo hacía en momentos de coyuntura política como en la ya mencionada “Mesa de diálogo para la revisión integral de la legislación de medios electrónicos”.

Además de los políticos, los funcionarios y trabajadores de los medios estatales del país, a través de la Red de Televisoras y Radiodifusoras Educativas y Culturales de México AC, fue otro grupo de la sociedad civil que logró consensar acuerdos acerca de los principios en los cuales se deberían basar los medios estatales y culturales del país (Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A.C., 2004). Fue la

primera vez que directores de los medios estatales y culturales, en conjunción con algunos representantes de la academia y sociedad, promovieron dichos principios y discutieron la necesidad de revisar la Ley de Radio y Televisión que no reconocía el servicio público como la principal función de los medios de comunicación.

Su postura planteaba que no existían los medios públicos en México y que una forma de construirlos, era, en gran medida, retomando un debate centrado en “la importancia del papel de los medios públicos como parte fundamental de la consolidación democrática en nuestro país... pues a partir de ellos se construye la visión del mundo y los modelos culturales que permean todo el tejido social e influyen, de manera decisiva, en la agenda nacional” (Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A.C., 2004: 3-4).

La Red propuso principios generales para contar con un sistema de radiodifusión pública; que orientaran la acción con el fin de lograr “una comunicación seria, creíble, de alta calidad, con diseños institucionales y jurídicos adecuados para su consolidación democrática” (Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A.C., 2004: 6). Los principios acordados por la Red fueron: independencia de gestión y editorial; universalidad; corresponsabilidad; claridad jurídica; pluralidad cultural; fomento a la cultura política democrática; compromiso con la educación; compromiso con la ciencia y las artes.

El organismo también determinaba algunos de sus rasgos esenciales: describía la responsabilidad del Estado para garantizar financiamiento público de modo que los ciudadanos pudieran tener acceso a una “pluralidad informativa y cultural” (Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A.C., 2004: 7). El financiamiento público debía ser la fuente fundamental de obtención de recursos, pero concebían la pluralidad de las bases de financiamiento para fortalecer la independencia de gestión y editorial.

Era un hecho que el debate sobre la situación de la relación del Estado y los medios estatales había permeado en los directivos de estas emisoras, muchos de los cuales—dado que eran funcionarios sin mayor experiencia en el sector de los medios—desconocían cuál debería ser la función social de un medio estatal y su estrecha vinculación con el servicio público.

Radio Educación fue una de las emisoras que estuvo más presente en el debate, a través de algunos de sus realizadores. Su posición apoyó principalmente mejorar la situación de los trabajadores de las radiodifusoras, la diversificación de recursos en el subsidio estatal y la necesidad de contar con un marco regulatorio acorde al contexto político y económico actual.

Durante el congreso internacional “Medios Públicos de Comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México”, las productoras Hilda Saray, Guadalupe Cortés y Graciela Ramírez afirmaban al respecto:

...Radio Educación requiere de recursos que dignifiquen el trabajo que realiza, un presupuesto suficiente y libertad de moverse en el nuevo marco de las leyes del mercado, complementando el subsidio estatal con recursos diversos, leyes que garanticen el cumplimiento de los acuerdos internacionales en los que México ha reconocido, junto con otras naciones, la importancia de la radio en la educación y preservación de las culturas (Cortés, Guadalupe, *et al*, 2000: 442).

Una parte del sector académico estuvo también involucrada en este debate; los especialistas concordaron ampliamente con la postura de la Red.

Ortega fue una de las académicas participantes en esta discusión; ella consideraba que, en México:

Los medios estatales en general [han adoptado] las modalidades que han impuesto los intereses de los gobiernos locales y regionales... La ausencia de un proyecto de comunicación social del Estado y la indefinición respecto al papel que deben tener los medios estatales en nuestra sociedad, así como la falta de apoyo económico, jurídico y administrativo, han sido factores fundamentales en el escaso desarrollo que han alcanzado nuestros medios de Estado (Ortega, P., 2005b: 121).

Es cierto—concede Ortega (2005b)—que ha habido esfuerzos creativos y de calidad, donde se habían puesto en marcha modelos de programación, pero en la mayoría de los casos habían sido voluntades periféricas en un tejido en el que la radiodifusión comercial cobraba relevancia.

Por su parte, el investigador Raúl Trejo coincide con Ortega en que:

Los medios de carácter público tienen mucha mayor responsabilidad y México tiene mucha mayor urgencia para que existan con plena solidez institucional con completas garantías para su funcionamiento y con una presencia que les permita cumplir el papel que están tratando de desempeñar. Aquí el problema que tenemos, entre otros, es el de qué concepción tenemos de medios públicos que en ocasiones se les llama de esta manera a los de carácter oficial o a los medios de gobierno, o a los medios de instituciones comprometidas con valores distintos a los comerciales. Cada vez parece más claro en la discusión internacional que los medios públicos son aquellos que reúnen por lo menos cuatro características, no una de ellas sino todas juntas:

En primer lugar, que cuenten con una auténtica autonomía delante las decisiones de gobierno, en nuestro país todavía sucede que los directivos de las radios y las televisoras que algunos ya de carácter público, tienen que cambiar al capricho de los secretarios de Educación o Gobernación o al comienzo de cada sexenio. Autonomía respecto a la administración vigente es una característica fundamental.

En segundo lugar, tendría que estar respaldados por un financiamiento sólido, suficiente y diverso, con esto quiero decir que el Estado los respalde con los recursos de lo que haga falta de lo que sea necesario para su mantenimiento, pero que además estos medios tengan posibilidades de buscar otras formas para respaldar sus actividades. En México lamentablemente tenemos una legislación cada vez más caduca que impide a los medios oficiales y gubernamentales, y a los públicos si los hubiera vender espacios comerciales cancelándole de esta manera una forma legítima de respaldar sus actividades. En tercer lugar, es considerado en la discusión internacional que un rasgo fundamental para los medios públicos es la orientación de su programación. En México tenemos estaciones como Radio Educación, televisoras como el 11 y el 22, muchas radiodifusoras y televisoras en el interior del país que tienen una programación distinta a la comercial, se cumple con este rasgo pero no con todas las demás.

Cuarto y último lugar es imprescindible que estos medios tengan alguna forma de retroalimentación interinstitucional con la sociedad, en ocasiones hay comités que orientan la programación de estos medios, en otras, distintos procedimientos de vinculación con la sociedad. Esto le sigue faltando a los medios de Estado que en México aspiran a ser públicos (Trejo, 2009).

Dichas posturas planteadas por académicos, medios estatales y culturales, y otros representantes de la sociedad civil trascendieron en el documento, “Iniciativa ciudadana de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión” y presentado ante el 4 de diciembre de 2002 (Solís, 2009: 46), y en lo que dos años después se convertiría en un predictamen de Ley Federal de Radio y Televisión, el 24 de noviembre de 2004.⁵⁷

El predictamen de ley otorgaba las bases jurídicas para integrar a la radiodifusión estatal a una política de Estado y contemplaba al *servicio público* de radiodifusión como un derecho, el cual se debía brindar a través de los medios de Estado:

“El Estado podrá prestar el servicio de radio y televisión sólo mediante la figura jurídica de medio de Estado para el cumplimiento de sus fines, conforme a las disposiciones de la presente Ley. Los medios de Estado son de servicio público y de carácter no lucrativo”.⁵⁸

⁵⁷ En noviembre, el predictamen pasó de las comisiones al pleno de la cámara de Senadores y se empezó a discutir el primero de diciembre de 2004. El 15 de diciembre, se clausuró el periodo de sesiones y no se aprobó el predictamen de ley. Posteriormente hubo otras oportunidades fallidas en el siguiente año (15 de febrero de 2005; 2 de junio de 2005; 1 de septiembre durante el periodo de sesiones de la 26 legislatura de la cámara de Senadores). Para un seguimiento puntual de los hechos, leer la revista *Proceso*, del 5 de diciembre y el periódico *La Jornada*, en sus ediciones del 1, 10, 16 de diciembre, 16 de febrero, y junio de 2005.

⁵⁸ Véase predictamen de ley en la página: www.senadorcorral.org, consultada el 17 de agosto de 2006.

3) Ley Televisa.—Sin embargo, los esfuerzos conjuntos de miembros de la sociedad civil y de algunos legisladores no fueron suficientes para que se aprobara el dictamen. El primero de diciembre de 2005, sorpresivamente, 327 diputados votaron a favor de una minuta para reformar las leyes de Telecomunicación, Radio y Televisión. De acuerdo con Esteinou y Alva de la Selva, se trató de:

Un proyecto de reforma a LFRTV y a la LFT, denominado popularmente ‘Ley Televisa’. Fue presentado y dictaminado en ocho días, aprobado por unanimidad en siete minutos, sin mociones a favor o en contra, sin abstenciones y sin destacar la trascendencia de la misma (Esteinou y Alva de la Selva, 2009: 13).

Para Esteinou:

Dicha propuesta, no consideró ninguna de las más de 18 mil propuestas presentadas en los últimos 40 años por intelectuales, partidos políticos, académicos, sociedad civil, especialistas, sectores gubernamentales, en foros, consultas públicas, audiencias, congresos, para discutir la reforma del sistema de radio y televisión y construir otro modelo de comunicación en México. Tampoco incluyó ninguna de las conclusiones de los trabajos realizados durante más de tres años por la Mesa de Diálogo Para la Reforma Integral de la Radio y Televisión organizada por la Secretaría de Gobernación y los avances logrados a lo largo de cuatro años de trabajo de la Conferencia Interparlamentaria y la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado para el sector de las telecomunicaciones, con el fin de elaborar una relación más transparente, justa y equitativa entre el Estado, los concesionarios y la sociedad. Finalmente, tampoco contempló ninguno de los postulados estratégicos de la Iniciativa Ciudadana de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión que ya tenía muy avanzado el Senado de la República. Por el contrario, cínica y prepotentemente sólo se incluyeron la protección y ampliación de los intereses de los grandes monopolios mediáticos, especialmente de Televisa y Televisión Azteca (Esteinou, 2006).

En efecto, existe un acuerdo generalizado entre académicos y especialistas de los medios en México en que no se pudo concretar esta reforma integral por la falta de voluntad política de los poderes Ejecutivo y Legislativo, así como de los intereses de la élite política y los concesionarios de los medios agrupados en la CIRT.

Esteinou y Alva de la Selva coinciden en que “en México [emergió] un marco jurídico desigual” (Esteinou y Alva de la Selva, 2009: 14) y se dio continuidad a la desarticulación de políticas públicas en materia de comunicación social que había perdurado en el sistema político mexicano en el siglo XX. Esteinou y Alva de la Selva explican además que:

El proyecto normativo sólo benefició al sector oligopólico de la información y de las telecomunicaciones tradicionalmente protegido por el Estado, e impidió la transformación democrática del viejo modelo de comunicación, marginando las

necesidades comunicativas fundamentales de la sociedad demandadas durante muchas décadas en México (Esteinou y Alva de la Selva, 2009: 17).

Uno de los hechos más significativos del debate sobre la transformación jurídica de la radiodifusión en México fue que los medios estatales y culturales del país: 1) lograron fijar una postura conjunta sobre sus condiciones jurídicas; 2) contribuyeron a organizar una discusión pública a través de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y culturales de México; 3) expresaron su capacidad para ser autónomos con respecto del gobierno y decidir sus aspiraciones como medios de servicio público; 4) demandaron que los medios públicos son necesarios para el desarrollo democrático del país; 5) protestaron por haber sido excluidos en el proyecto de ley, entre otras cuestiones.

Ortega P. afirma que:

Uno de los efectos que tuvo la discusión de la llamada ‘Ley Televisa’ fue de que reavivó el interés de la sociedad mexicana por el tema de los medios públicos. Por primera vez, medios estatales como Canal 11, Canal 22, Radio Educación, La Red de Televisoras y Radiodifusoras Educativas y Culturales y el Instituto Mexicano de la Radio tuvieron una participación pública destacada en la revisión de sus propias funciones así como en el debate sobre las condiciones del marco jurídico.

En desplegados, actos públicos y en diversos espacios de su propia programación, estos medios expresaron su desacuerdo por las reformas, adiciones y modificaciones a las leyes federales de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones... (Ortega, P., 2009: 385).

Un ejemplo de estas manifestaciones fue el desplegado que apareció en la prensa el 17 de enero de 2006, cuando 49 medios pertenecientes a instituciones educativas, culturales, a los gobiernos de los estados y al Poder ejecutivo agrupados en la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales dijeron:

En el Senado se discuten actualmente las reformas a las leyes de Radio, Televisión y Telecomunicaciones que aprobó la cámara de Diputados. Estas reformas impiden el desarrollo de los medios públicos y ponen en riesgo su existencia. Cuarenta y nueve sistemas de radio y televisión que atendemos a más de 25 millones de personas no estamos de acuerdo. Cualquier reforma debe garantizar la función social de los medios públicos.⁵⁹

Es evidente que la intensificación del debate, entre los sectores más críticos de la sociedad, obtuvo ganancias político-sociales; se logró que los partidos políticos y otras instituciones sociales añadieran en su agenda política el tema los medios públicos. Para Esteinou, en particular, uno de estos beneficios fue la conformación de una “masa de

⁵⁹ El desplegado fue publicado en el periódico “El Universal”, 17 de enero de 2006.

pensamiento crítico que discute abiertamente en casi todas las arenas la transformación del papel de los medios de información colectivos” (Esteinou, 2007: S/N).

En efecto, la participación de la sociedad en los medios privados y no lucrativos era sustancial para que éstos pudieran cumplir con su función social. En este sentido, la formación de una creciente masa de pensamiento crítico que pusiera en su agenda demandar la democratización de los medios de comunicación fue una ganancia político-social de los ciudadanos a comienzos de este siglo.

Específicamente en los medios estatales, la participación es sólo una parte necesaria para la edificación de un sistema de radiodifusión pública; la segunda, la conforman la creación de políticas de Estado y la voluntad de sus gobernantes para generar una legislación adecuada que permita, entre otras cosas, una mejor relación entre los medios, la sociedad y el propio Estado.

En el caso de México se trataba de una relación compleja, dado el alto impacto de la industria audiovisual en la sociedad y por el amplio privilegio que el Estado mexicano había otorgado a la radiodifusión privada desde sus inicios.

3.2.4.1 Los sistemas de radio estatal ante el nuevo siglo

Lo que ocurrió en México desde 1968 fue la creación de un sistema de radiodifusión estatal y federal con poca planeación y visión por parte del Estado. Desde el gobierno de Echeverría hasta el de Fox, se fue construyendo paulatinamente una infraestructura amorfa de radiodifusoras en casi todos los estados hasta completar 27 sistemas estatales en el 2006; muchas veces fue por decisión de los gobernadores en turno e incluso presidentes municipales. En escasas ocasiones las emisoras pudieron tener impacto en algunos sectores de la sociedad.

En este periodo, el Estado sólo se planteó en momentos coyunturales que los sistemas estatales de medios debían brindar principalmente un servicio público de información y entretenimiento, y que era tan importante para el desarrollo de la sociedad como aquel de salud o educación.

En el periodo de Fox, particularmente, la estructura de radiodifusión estatal permaneció casi igual que en sexenios anteriores; se constituyeron tres sistemas de radiodifusión estatal en Coahuila, Colima y Sinaloa, con lo cual, la estructura de radio estatal en el país logró presencia en 27 entidades. Además, algunos sistemas iniciaron a

transmitir en FM, como en el caso de Aguascalientes (el 17 de noviembre de 2005⁶⁰) o el mismo sistema de Puebla, el cual abrió en ese mismo sexenio cuatro emisoras más.⁶¹

**Sistemas de radiodifusión estatal creados en el sexenio de Vicente Fox
(2000-2006)⁶²**

Estado	Sistema	Inicio de transmisiones
Coahuila	Sistema estatal de Radio de Coahuila. ⁶³ La Radio de Todos ⁶⁴	26 de marzo de 2001
Colima	Instituto Colimense de la Radio y Televisión. ⁶⁵ Conexión XEBCO 1210 AM ⁶⁶	11 de septiembre de 2004
Sinaloa	Radio Sinaloa (Gobierno del estado): XHGES 94.5 FM ⁶⁷	6 de octubre de 2006

La creación de estos sistemas de radiodifusión y de emisoras en otras entidades de la República no alteraron la relación de poder con los gobiernos estatales, cuyo Poder ejecutivo continuó difundiendo mensajes sobre sus éxitos políticos o fortaleciendo la propaganda en momentos electorales, con el fin de mantenerse en el poder.

⁶⁰ Datos obtenidos de la página: http://www.ift.org.mx/iftweb/wp-content/uploads/2012/09/Infraestructura_FM_10-12-13.pdf

⁶¹ Huauchinango (XHNGO 98.9 FM), el 9 de enero de 2004; Libres XHLIB 95.9 FM, el 8 de junio de 2004; Teziutlán XHTEZ 90.9 FM, el 9 de enero de 2005; Tehuacán (SHEHU 93.1 FM), el 19 de enero de 2005.

⁶² Cuadro de elaboración propia basado en información provista por los sistemas estatales de radio.

⁶³ Obtuvo el permiso de la SCT, el 29 de noviembre de 2000, pero inició transmisiones hasta el 26 de marzo de 2001, como Ser Coahuila. Así duró seis años, hasta 1 de diciembre de 2005, cuando cambió a la denominación a Radio Gente. En el 2011, el nombre cambió nuevamente a la Radio de Todos. Información proporcionada por el director de la radio, Antonio Gómez.

⁶⁴ La Radio de Todos cuenta con 16 frecuencias en FM, cubre 38 municipios de Coahuila, 3 de Durango, 2 de Texas (Del Río, Eagle Pass).

⁶⁵ Inició como Instituto Colimense de Radio. A partir del 30 de abril de 2007 se cambió de nombre a Instituto Colimense de Radio y Televisión.

⁶⁶ El 1 de mayo de 2007 cambia a XHIRC-FM 98.1 FM.

⁶⁷ Datos obtenidos de la página www.radiosinaloa.com.mx.

Tal es el caso de la emisora del Instituto Colimense de la Radio y Televisión, la cual desde el inicio de sus transmisiones estuvo apegada a la línea gubernamental. En el 2003, la radio dejó de ser parte del IMER y se convirtió en organismo descentralizado. En el 2004 pasó a manos del Instituto colimense; en el 2005 la emisora Conexión XEBCO (1210 AM) cambió de programación, aunque en sus contenidos se cuidaba la imagen del gobernador Jesús Silverio Cavazos Ceballos y se difundía de manera promocional las actividades del gobierno estatal.

Cuando Conexión era parte del IMER tocaba música alternativa, pero al integrarse al Instituto colimense, la radiodifusora tuvo un perfil más parecido al de una radio comercial. Para la académica de la Universidad Colima, Marina Vázquez Guerrero, “el cambio estuvo relacionado con el nombramiento de la directora, Leticia Galván, cuya trayectoria en medios había sido en la radio comercial”. Según se informó que el cambio de perfil tenía por objetivo incrementar la audiencia, lo cual se logró en detrimento de una radio con contenidos menos diversos y plurales, y un entretenimiento menos lúdico.⁶⁸

El nivel de autonomía política fue similar en Aguascalientes; el desarrollo de la radio estatal estuvo ligado con los designios del gobernador en turno, Luis Armando Reynoso. Hacia el final del gobierno de Fox, la 13020 AM inició sus transmisiones en el 92.7 FM. Aunque las dos radios no lograron ser autónomas con respecto del gobierno estatal, el sistema de Radio y Televisión de Aguascalientes (RyTA) pudo fortalecer su programación. Las estaciones de radio representaron una alternativa a las emisoras culturales y comerciales, con programas de diferentes enfoques principalmente musicales (rock, clásica y de otros géneros) y noticiosos. Sin embargo, para el investigador Salvador De León, “no se puede negar que estos medios, más que públicos han sido gubernamentales, y su proyecto se ha construido desde el gobierno del Estado, así como su uso propagandístico” (De León, 2014).

En los primeros seis años del siglo, se crearon radiodifusoras estatales en casi toda la República; sólo los estados de San Luis Potosí, Yucatán, Baja California, Chihuahua y Durango faltaban por tener un sistema de radio estatal. El desarrollo de esta infraestructura se logró sin la existencia de una política de Estado; en muchos casos, el

⁶⁸ Los directores que le siguieron a Leticia Galván tuvieron ese mismo perfil, incluso hubo un director que venía de la radio gruperá, Alberto Ramos. Entrevista con Marina Vázquez Guerrero, 28 de julio de 2014.

destino de las radios se debió al impulso de los gobiernos estatales, de los directivos y trabajadores de las emisoras.

La existencia de estrategias y no de una política de Estado en materia de medios estatales impactó particularmente en diversos grupos sociales marginados, quienes desde hacía varias décadas no habían tenido espacio de expresión en los medios estatales ni en otras instancias de la vida pública; estos sectores tenían demandas sociales específicas, pero no un lugar dónde canalizarlas ni hacerlas visibles ante la sociedad, salvo las protestas públicas. El siglo XX había dejado pendiente una serie de problemas sociales que el Estado no había podido dar respuesta, como las matanzas de campesinos en Acteal y Aguas Blancas en el sur del país; o bien, la huelga de estudiantes de la UNAM, quienes demandaban mayores fuentes de empleo, orientación social, entre otras cosas.

Javier Esteinou observa que, en la primera década del siglo, las diferentes organizaciones como campesinas, sindicatos, indígenas, grupos ecologistas y otras organizaciones no gubernamentales no contaban con espacios para “exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país vía esta tecnología cultural” (Esteinou, 2001: 158).

De acuerdo con Solís (2002: 313-316), en el 2000, ya operaban mil 449 estaciones en el país tanto en la banda AM (851) como en la FM (598); mil 141 eran emisoras concesionadas contra 308 permisionadas, de las cuales 184 pertenecían al gobierno de los estados y 124 a asociaciones civiles, personas físicas, instituciones educativas, municipios, IMER e Instituto Nacional Indigenista.⁶⁹ Las radios concesionadas constituían un 79 por ciento, mientras que las permisionadas un 21; de éste 21, las radios de los gobiernos estatales conformaban el 13 por ciento.⁷⁰

La creciente desproporción entre los dos modelos de radiodifusión se debió al apoyo del Gobierno federal hacia el sector de los medios audiovisuales privados.

⁶⁹ Beatriz Solís se basa en información proporcionada por la Dirección General de Sistemas de Radio y Televisión (en página web de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, www.sct.gob.mx).

⁷⁰ Aunque el análisis de este trabajo comprende hasta el 2006, se observa que la desproporción entre la radio comercial y la estatal creció durante el gobierno de Calderón. Según datos de la Cofetel del 29 de febrero de 2012, en el país existían 2108 emisoras; 1712 son concesionadas y 395 permisionadas. Las concesionadas representaban el 81 por ciento, mientras que las permisionadas el 19. Véase la página de Cofetel: www.cft.gob.mx/swb/Cofetel_2008/Cofe_distribucion_de_estaciones_in, consultada el 28 de marzo de 2012.

Ortega advierte que:

Durante el sexenio de Fox, la situación de los medios del Estado no ha cambiado sustancialmente a pesar de lo que prometió el presidente en su campaña. El gobierno ha preferido mantener su alianza con las emisoras privadas para las cuales resulta estratégico impedir la constitución de un auténtico sistema de medios públicos (Ortega, P., 2005: 106).

Dicha preferencia le permitió a algunos grupos radiofónicos fortalecer sus propuestas programáticas. Autores como Sánchez Ruiz coinciden en que, “durante los últimos dos o tres lustros la radio en su función informativa ha ganado en pluralidad y apertura, en especial en las grandes urbes como la ciudad de México, Guadalajara o Monterrey” (Sánchez, 2005: 430). Pero, también es cierto, que tal inclinación contribuyó a que la estructura de concentración de la propiedad de los medios radiofónicos se mantuviera inalterada en la primera década del siglo en estas mismas ciudades.

Para Sosa:

La concentración de frecuencias de la radio en pocos grupos no ha variado mucho en los últimos años. Alrededor de 70 por ciento del total de estaciones concesionadas otorgadas en el país son operadas—en propiedad o mediante la afiliación—por diez grupos radiofónicos: Radiorama, Grupo Acir, Radiocima, Organización Impulsora de Radio, Sociedad Mexicana de Radio, Promosat de México, Radiodifusoras Asociadas, MVS Radio, Organización Radio Fórmula y Multimedios Estrellas de Oro (Sosa, 2011: 99).

En suma, la disparidad en el desarrollo entre el modelo de radio comercial y estatal fue el resultado de las políticas emprendidas desde los ochenta y principios de los noventa. El investigador Javier Esteinou se refiere a ellas como:

Políticas econométricas neoliberales para convertir al Estado mexicano en una entidad ‘altamente eficiente’.

La esencia de esta conciencia modernizadora ha formulado que ante la nueva globalidad internacional para ser eficientes, especialmente en el terreno comunicacional, hay que aceptar indiscriminadamente la propuesta de asimilar los principios del ‘*laissez faire* informativo’ en el terreno comunicativo o cultural, o lo que es lo mismo, asumir la mentalidad de que ‘lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve’ (Esteinou, 2001: 160-162).

Es cierto que el presupuesto neto de muchas emisoras fue en aumento, pero, en términos relativos, dicho financiamiento no cubría las necesidades crecientes de las emisoras estatales del país para realizar producciones que requerían más elementos, como los documentales o la cobertura informativa, por citar algunos ejemplos.

Pero no todo era responsabilidad del Estado, la situación de las emisoras estatales también le competía a los diferentes sectores de la sociedad, cuyo papel era exigir la

presencia de estos medios en el espacio público. Sin embargo, como ya se ha señalado, esta demanda solamente había sido hecha por ciertos representantes de la sociedad organizada en los últimos lustros del siglo XX sin lograr trascender en la elaboración de un nuevo modelo de comunicación nacional. Para Esteinou y Alva de la Selva, “hasta finales del siglo XX los reclamos básicos de la sociedad civil en el terreno comunicativo no fueron contemplados por el proyecto del mercado y del poder...” (Esteinou y Alva de la Selva, 2009: 12).

Esteinou apunta que la mayor parte de la sociedad tampoco había demandado ampliamente al Estado que los medios estatales le pertenecían, porque ellos los financiaban vía impuestos y por ende tenían el derecho natural de participar en ellos. La sociedad “ha permitido que éstos sean manejados por los intereses del viejo poder que los controla y no por las necesidades ciudadanas que los financian” (Esteinou, 2005: 271).

La mayor franja de los ciudadanos no podía valorar la importancia de estos medios para fomentar el desarrollo cultural y democrático del país; tampoco los apreciaba como un *bien público* que ellos tenían que aprovechar para ejercer su derecho a la libertad de expresión e información.

No obstante tal escenario, algunos medios—como veremos a continuación—pudieron construir audiencias y desarrollar, a través de los años, una programación en cuyos contenidos se reflejaban principios del servicio público de radiodifusión. Esto sucedió, pese a enfrentar problemas como el no ser autónomos con respecto del gobierno, estar subordinados a las decisiones de los directores en turno, tener conflictos al interior y limitaciones presupuestales.

El IMER—De los pocos cambios que hubo en el gobierno de Fox fue el paso de adscripción del IMER de la secretaría de Gobernación a la de Educación, como organismo público descentralizado, el 14 de marzo de 2003 (Diario Oficial de la Federación, 2003). La incorporación a la SEP parecía que beneficiaría la estructura administrativa del IMER; pero, para Ortega, “no obstante la aprobación de dichas reformas, el funcionamiento del IMER siguió estando bajo el control de la Secretaría de Gobernación” (Ortega, P., 2005: 106) durante el sexenio. “La ambigüedad en el cumplimiento de las disposiciones propició un desorden en el funcionamiento y

operación de la radio de titularidad estatal, así como condiciones desiguales en la operación y administración de estas emisoras” (Ortega, P., 2005: 106).

En la misma fecha, el *Diario Oficial de la Federación* también mencionaba que la programación ofertada por la institución debía ser de servicio público, sin precisar a qué se refería con ello:

“El IMER pretende conformar una oferta radiofónica y de comunicación de servicio público, con presencia nacional e internacional referente por la representatividad social y cultural de su programación, la calidad de sus emisiones y la credibilidad de sus contenidos” (Diario Oficial de la Federación, 2003: 3).

Con este anuncio, el gobierno reconocía jurídicamente la orientación que debía llevar a cabo la programación del IMER, lo cual era sólo una condición para que la institución se pudiera modernizar como organismo de radiodifusión estatal a comienzos del siglo XXI. Sin embargo, dicha disposición no era suficiente para cumplir con las expectativas de algunos sectores de la sociedad, quienes demandaban tener una ley que otorgara certeza jurídica a los medios estatales y condiciones políticas para que pudieran realizar funciones sociales como medios de servicio público. Incluso, la misma directora del IMER, Dolores Béistegui, reconocía que no había medios públicos: “Si bien vivimos un proceso democrático que permea muchos ámbitos de la vida pública, no podemos todavía presumir que contamos con medios de radiodifusión de servicio público” (Béistegui, 2004: 34).

Al no haber una política pública por parte del Estado hacia el IMER y las demás radios estatales del país, la mayor parte de los esfuerzos que hubo en el sexenio fueron aislados y quedaron concentrados en manos de los funcionarios y—en ocasiones—de los trabajadores de estos medios.

En el caso del IMER, el rumbo que tomó el instituto quedó a cargo de las decisiones y—muchas veces caprichos—de Béistegui. La directora tenía experiencia en el área de muros, pero no en la de medios de comunicación. Es cierto, las dos instituciones se dedicaban a la difusión de la cultura, pero las condiciones de la radio estatal en México eran muy particulares y se requería de una especialización en medios que Béistegui no tenía.

En el IMER se puso en marcha una serie de medidas con el fin de enfrentar limitaciones financieras y fortalecer sus actividades como radio estatal. En el 2003, la institución operaba con 100 millones de pesos anuales, provenientes de recursos fiscales, y 65 millones de recursos propios. Béistegui pretendía que, el 40 por ciento del presupuesto, fuera generado por recursos propios (Ortega, P., 2005: 109).

Para lograr este cometido, una de las primeras estrategias fue la coproducción de un noticiario matutino con una agencia de noticias. Parte de los recursos que serían obtenidos de la Agencia, según Béistegui, serían destinados para “desarrollar proyectos radiofónicos como la Radio de los Ciudadanos” (Ortega, P., 2005: 108), otra medida emprendida por el IMER. Pero el proyecto de coproducción fracasó un año después:

En febrero de 2003, el IMER estableció un contrato de programación y comercialización para su estación 660 de AM con la Agencia Detrás de la Noticias del periodista Ricardo Rocha. Ese contrato le permitía a la Agencia realizar libremente la comercialización de la emisora y la obligaba a pagar la cantidad de 690 mil pesos mensuales... Sin embargo, la entrada de esos recursos no resultó ser segura ni constante pues la empresa de Rocha llegó a acumular una fuerte deuda con el Instituto y en junio de 2004 el IMER dio por terminada su relación con la Agencia ‘Detrás de la Noticia’ (Ortega, P., 2005: 108).

Aquí hemos dicho que la autonomía financiera es una de las varias características de las radios de servicio público. Pero las propuesta de Béistegui para obtener un 40 por ciento de autosuficiencia presupuestal no se sustentaba en la dinámica ni en la estructura administrativa del instituto; más aún, cuando una de las concesiones del IMER dejó de comercializar publicidad; como consecuencia, el 40 por ciento no se pudo conseguir.

El dinero con el que contaba el IMER para operar era limitado, pero lo fue aún más cuando Béistegui encargó una auditoría a la empresa Mercer Management Consulting, por 7 millones de pesos. Mercer recomendó “un programa de racionalización en los costos de operación”, lo cual incidió en gran medida para que las estaciones de Colima y Campeche se desincorporaran del IMER, pasaran al gobierno de los estados y se pusiera la venta un terreno de 10 mil metros cuadrados, por 73 millones 500 mil pesos, ubicado en Río Churubusco 1071 y Eje 5 Oriente, en la colonia Apatlaco (García, 2004).

Los 7 millones se pudieron haber invertido en otras actividades del Instituto, particularmente porque los resultados que arrojó la auditoría estaban descontextualizados de la realidad que enfrentaban los medios estatales en el país; por ejemplo, sin ofrecer

mayores argumentos, la compañía Mercer llegaba a la conclusión de que, para ser exitoso, el IMER tenía que copiar el modelo de la radio pública en Estados Unidos.

Contrario a lo que Mercer aconsejaba, justamente una de las características del servicio público es la universalidad de su servicio, y desincorporar dos emisoras parecía ir en contra de este principio. Campeche, en particular, se había caracterizado hasta la primera década de este siglo por ser un estado con muchas necesidades de información y debate público, y había sido una de las entidades donde las radios no comerciales habían sido utilizadas para fines propagandísticos de los gobiernos priistas en turno. Por lo tanto, dejar en manos del gobierno estatal una estación no comercial, conllevaría a darle más fortaleza a un sistema político autoritario y debilitar una institución que por principio tenía que promover la libertad de expresión y la discusión en el espacio público.

Ante un desinterés por el gobierno de Fox en los medios estatales, Béistegui no se tenía que sujetar a una política pública; sólo a sus propias decisiones y a lo que ella entendía por radiodifusión estatal.

Este periodo del IMER es un claro ejemplo de cómo al no haber una política pública de comunicación social, el rumbo de los medios estatales se ceñía a la decisión y voluntad de sus funcionarios y gobernadores, las cuales en ocasiones eran para beneficios propios y no del bien público. Esto se observa hasta la fecha, cuando hay logros, resultan esfuerzos aislados que la mayoría de las veces no prosperan o se refuerzan en la siguiente administración. En específico con las emisoras de titularidad estatal, esto limita la construcción de lo público en sus actividades cotidianas.

A pesar que no hubo cambios sustantivos en el IMER ni en la radio estatal durante este sexenio, hubo algunos avances como el de la radio ciudadana; este proyecto a la larga contribuyó a establecer una nueva relación entre los medios estatales de la ciudad de México y algunos grupos de la sociedad civil, como ONG's y universidades.

El 22 de noviembre del 2002, el Instituto lanzó una convocatoria dirigida expresamente a las agrupaciones políticas nacionales, a las organizaciones de la sociedad civil y a las instituciones de educación superior. El primer concurso de proyectos ciudadanos de radios tenía como objetivo, de acuerdo con Béistegui, otorgar la frecuencia XEQK a la sociedad.

Sesenta y cuatro proyectos de 145 concursantes fueron aceptados, los cuales iniciaron transmisiones el primero de abril del 2003. Había agrupaciones políticas nacionales como Generación Ciudadana, Democracia XXI; escuelas de educación superior como la Universidad Panamericana, la Escuela Nacional de Antropología e Historia; instituciones de Asistencia Pública como Enlace Solidaria; asociaciones civiles como Expectativas Juveniles y Comunicación, Red por la Participación Ciudadana, entre otras. El 75 por ciento de los programas eran producciones de asociaciones civiles, y el otro 25 de instituciones públicas.

Empero, en la convocatoria no se incluyeron las iniciativas de ciudadanos, quienes también podían estar interesados en producir programas sin necesariamente pertenecer a una organización civil; por ejemplo, grupos de vecinos o jóvenes, muchos de los cuales incluso promovían proyectos viables y tenían experiencia en la producción radiofónica. Tampoco se escuchaba a productores de las radios piratas o radios alternativas, emisoras a las que el Estado les había negado frecuencias desde hace tiempo; éste hubiera sido un espacio en donde canalizar sus propuestas y, para la estación, hubiera sido una manera de construir audiencia.

El jurado fue instaurado por un Consejo conformado por 11 miembros invitados por la directora del IMER, Dolores Beístegui. Entre ellos figuraban representantes de organizaciones civiles, académicos y medios de comunicación, como Beatriz Solís, Javier Esteinou Madrid y Emilio Álvarez Icaza, quienes voluntariamente decidieron apoyar el proyecto ciudadano.

El proyecto dio marcha el primero de abril de 2003 en la XEQK-1350AM (anteriormente la estación de la Hora Exacta). La programación era poco articulada; una tercera parte de los programas apelaban a cuestiones sobre la problemática social en general, desde participación ciudadana hasta justicia social. Luego le seguían aquellos dirigidos a la cultura política y democracia; el fenómeno de la comunicación, rubro poco abordado en general en los medios de comunicación, fue tomado en cuenta en la barra programática de la XEQK con tres programas. La ciencia era discutida prácticamente por producciones provenientes de las universidades, sobre todo de la UNAM. Los programas acerca de la música y los jóvenes tenían presencia dentro de la barra programática, su

perfil estaba más relacionado con asuntos profesionales, como aquel programa, “El Empleo después de la universidad”.

Las mujeres también tenían voz dentro de la estación de los ciudadanos con tres espacios, misma cantidad que presentaban los programas sobre asuntos ambientales. El arte cubría un pequeño espectro de programación con dos espacios dentro de la barra. Los tópicos sobre sexualidad, familia y trabajo, apenas ocupaban un lugar en la emisora.

La música tenía una presencia importante casi toda la noche, la cual tocaba estilos populares y trova, sin embargo esta parte de la barra programática no estaba sustentada en una planeación; era más bien improvisada.

Un espacio interesante dentro de esta emisora era llamado “Buzón ciudadano”, programa que pasaba media hora los domingos de las diez a las diez treinta de la noche, y todos los días de seis treinta a siete de la mañana. Durante estas horas, las líneas telefónicas se abrían al público para que dejaran todo tipo de mensajes. El contenido era una forma de construir audiencia.

La programación fue mejorando a medida que las organizaciones civiles participantes adquirían experiencia en la producción y locución, y se fueron abriendo nuevas convocatorias. La estación tenía una señal muy corta y la audiencia era escasa; el tipo de programas no llegaba al escucha indicado; los programas tenían la intención de narrar puntos diversos de la agenda nacional; los conductores e invitados eran críticos y discutían sobre asuntos y desde puntos de vista raramente escuchados en otras estaciones. Dos años más tarde, el 15 de agosto del 2005, la llamada Radio de los Ciudadanos empezó a transmitir, desde la estación XEDTL-660AM, con una señal de 50 mil *watts* de potencia. La frecuencia alcanzó una cobertura mayor en la ciudad de México, Estado de México y otros más como Hidalgo.

La programación sí tenía una utilidad social, pero enfrentaba otros problemas, como el no contar con un programa de capacitación o cómo medir la audiencia de esta estación. Esto se debía en parte a que el proyecto había nacido como un impulso desde la dirección y no bajo una planeación y estructuración adecuada.

La Radio de los Ciudadanos fue un proyecto que el gobierno utilizó para apaciguar las reacciones manifestadas públicamente por representantes de diversos grupos, después de que el Ejecutivo había decretado un mes antes un nuevo Reglamento

para la Ley Federal de Radio y Televisión que favorecía a los medios comerciales. El gobierno de Fox tenía que dar confianza a la ciudadanía y demostrar que el proyecto de radio ciudadana no era una respuesta improvisada al “decretazo”. No bastaba con poner en marcha un llamado “proyecto de modernización” y realizar propuestas como ésta sin vincularlo a una política pública de educación, cultura y participación ciudadana.

Este hecho trajo críticas de unos especialistas en medios y participantes en el proyecto, miembros de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), quienes consideraban que en el IMER no había un proyecto de modernización como Béstegui proclamaba.⁷¹

En efecto, lo que había en el IMER eran sólo esfuerzos aislados que Béstegui—respaldada por la secretaría de Gobernación—le había llamado “proyecto modernizador”.

Las críticas también provenían por parte de algunos periodistas, trabajadores del IMER y estudiosos de los medios. Al respecto, Ortega afirma:

Si bien estas medidas han proporcionado recursos al IMER, no han sido suficientes para brindar una mayor seguridad económica en el desarrollo de proyectos a más largo plazo. Los objetivos del servicio público no pueden quedar a merced de los tratos comerciales o del desmantelamiento de las estructuras de comunicación. Es deber del Estado garantizar la realización del servicio público en los medios estatales y es obligación de las emisoras hacer buen uso de los fondos públicos así como rendir cuentas sobre ellos. Este hecho no descarta que tales medios busquen recursos adicionales que, sin embargo, no deberán sustituir la obligación que el Estado tiene en el sostenimiento y la preservación de los servicios de radiodifusión pública. Dejar a la radio y a la televisión de servicio público a la competencia libre con la industria audiovisual privada como una condición para su sobrevivencia, sería condenarla a desaparecer. No hay que olvidar que el modelo público de comunicación asume una responsabilidad social y cultural con la sociedad. Mientras que para la radio y la televisión comercial sus audiencias son el medio con el que buscan atraer anunciantes, las estaciones públicas se dirigen a sus audiencias como ciudadanos, no como consumidores (Ortega, P., 2005: 108).

Este episodio del IMER es ejemplo de lo que el instituto hizo para fortalecer sus actividades de radiodifusión y obtener recursos propios, pero hemos visto que se trató de decisiones espontánea de la directora y que no siempre respondieron a los objetivos de

⁷¹ No obstante, en los años siguientes, las asociaciones civiles que participaban en el proyecto, se fueron apropiando de la Radio de los Ciudadanos, a través de un discurso que promovía valores cívicos y sociales, y discusiones que sobre los grandes problemas de la nación, como pobreza, desempleo, injusticia social, etc. Con estas acciones, esta radio se convirtió posteriormente en un primer proyecto ciudadano de radiodifusión, el cual fue referencia para otros más en la zona metropolitana.

una radio cuya programación, hasta nuestros días, persigue fines cívicos, educativos y culturales.

Radio Educación—La emisora, por su parte, llegó al cambio de siglo con un trayecto recorrido de tres décadas; el perfil de su programación estaba ya definido como educativo y cultural, y tenía una audiencia construida. Del 2001-2006 fortaleció este proyecto.

Lidia Camacho fue la directora de la emisora a partir del 2001 y permaneció durante todo el sexenio de Fox; fue además la primera directora quien se inició como empleada de la emisora (1984) (Radio Educación, 2004).

Sus esfuerzos pretendían llevar a cabo estrategias para fortalecer la radiodifusión educativa y cultural, la ampliación de la cobertura de la XEEP, la conservación y difusión del patrimonio sonoro nacional y el intercambio y la cooperación nacional e internacional (Radio Educación, 2008).

Estos cuatro ejes formaron parte del Plan Nacional de Cultura 2001-2006. La programación de Radio Educación se trató de vincular con el “Programa Nacional de Cultura 2001-2006”, el cual pretendía:

Acrescentar la equidad y la igualdad de oportunidades de desarrollo cultural, a partir de la preservación y difusión del patrimonio cultural en toda la variedad de sus manifestaciones tangibles e intangibles, pasadas y contemporáneas, y del estímulo y el impulso a la educación, la creación y la difusión artísticas y culturales (Radio Educación, 2001).

Es interesante observar que en este periodo hubo un intento del Gobierno federal por articular la actividad radiofónica de Radio Educación con una política gubernamental de cultura; hecho que contribuyó a renovar la infraestructura de la emisora, la estructura administrativa, la programación y otros aspectos en los primeros años del siglo. Sin embargo, este esfuerzo distó de ser una política de Estado en materia de medios de comunicación, ya que dicho vínculo especial con Radio Educación no fue similar para todos los sistemas de radiodifusión estatal en el país.

Durante esta gestión fue necesario resolver algunos de los rezagos que se venían arrastrando desde la creación de la emisora en 1968. Camacho afirma que:

Era necesario dotar a la emisora de un catálogo de puestos—ésta era una demanda histórica de los trabajadores de Radio Educación—y para conseguirlo era muy importante que hubiera voluntad política de las autoridades de reconocer esta problemática y resolverla. Por otro lado, me propuse conseguir un mejor presupuesto. Había un rezago tecnológico de por lo menos diez años y la emisora estaba en un estado lamentable, las

condiciones de trabajo eran difíciles y fue muy importante conseguir recursos adicionales para seguir adelante. Estos recursos nos permitieron darle mantenimiento a la planta de trasmisión, ampliar el espacio donde ubicamos el área administrativa y, fundamentalmente, mejorar los espacios para la parte sustantiva de la propia radio (Radio Educación, 2001: 106).

Estos aspectos fueron parte del plan de renovación de la emisora. Hubo modificaciones en la programación en el 2001. Salieron del aire 16 series, con lo que se modernizó el 37 por ciento de la carta programática. En el 2003, se hizo un cambio del más del 22 por ciento; se fueron incorporando nuevas voces a la emisora, algunas incluso escuchadas en la radio comercial, como la de Javier Solórzano, quien condujo el programa “Punto de encuentro”. Nuevos géneros de producción, como el *Radioarte*, fueron producidos por la emisora, así como alianzas con servicios de radio pública, entre ellas la BBC y Radio Francia (Radio Educación, 2004).

Es un hecho que el plan de modernización contribuyó a fortalecer la programación de la emisora durante los primeros años del siglo XX; pero no se pudo lograr una política de programación que creara mecanismos, como la reestructuración del Comité de Evaluación, para que este organismo interno, conformado por trabajadores y funcionarios de la radiodifusora, decidiera en forma conjunta la planeación y evaluación de los contenidos. Por el contrario, la mayoría de las decisiones en torno a la programación estuvieron centradas en la dirección.

En estos años se aprovechó también el estatuto jurídico de la emisora que le permitía recibir recursos extras; se realizaron coproducciones y se fortaleció el presupuesto.

Presupuesto de Radio Educación entre (2001-2006)

Año	Presupuesto ⁷²
2001 ⁷³	33,694,884
2002 ⁷⁴	35,501,963

⁷² Cifra en millones

⁷³ Información consultada en la página de la SEP, Subsecretaría de Planeación y Coordinación, Dirección General de Planeación, Programación y Presupuesto, http://www.dgpp.sep.gob.mx/PPTO/Anun_2001/index.htm.

2003 ⁷⁵	41,526,088
2004 ⁷⁶	46,994,043
2005 ⁷⁷	50,696,011
2006 ⁷⁸	54,786.00

Radio Educación llegó a recibir incluso mayor presupuesto que otras emisoras, como el IMER; esta condición desigual se debió al hecho de que no había una política de pública para los medios estatales, cada radio tenía que negociar individualmente su propio financiamiento con el gobierno. Al respecto, Ortega observa que, en el 2004, la emisora:

Recibió 46 millones 994 mil 043 pesos, para la operación de una sola emisora, mientras que el IMER opera 20 estaciones, la proporción no es en absoluto equitativa. Esto no quiere decir que Radio Educación deba recibir menos presupuesto. Por el contrario, al IMER se le tendría que otorgar mayor apoyo económico dado el número de estaciones que tiene (Ortega, P., 2005: 110).

El catálogo de puestos se concretó el 30 de noviembre de 2004, benefició a 130 trabajadores; en el 2005, 78 colaboradores por honorarios obtuvieron su plaza.

Si bien se logró la definición de un catálogo de puestos y basificación de trabajadores que por varios años laboraron sin ser parte de la plantilla administrativa, referirse únicamente a trabajadores de base constituyó una limitante en el ejercicio de la pluralidad de Radio Educación. En el área de producción existía una falta de movilidad generacional de los productores de base quienes eran los mismos desde hace cerca de 20 años. El hecho tenía una parte positiva debido a la profesionalización con la que contaban

⁷⁴ Información consultada en la página de la SEP, Subsecretaría de Planeación y Coordinación, Dirección General de Planeación, Programación y Presupuesto, http://www.dgpp.sep.gob.mx/PPTO/Anun_2002/INDEX.HTM

⁷⁵ Información consultada en la página de la SEP, Subsecretaría de Planeación y Coordinación, Dirección General de Planeación, Programación y Presupuesto, http://www.dgpp.sep.gob.mx/PPTO/Anun_2003/INDEX.HTM

⁷⁶ Información tomada del “Presupuesto de Egresos de la Federación 2000-2005. Evolución de gasto del Sector Educativo”, Palacio de San Lázaro, julio 2005, consultada en <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0292005.pdf>

⁷⁷ Información consultada en la página de la SEP, Subsecretaría de Planeación y Coordinación, Dirección General de Planeación, Programación y Presupuesto, http://www.dgpp.sep.gob.mx/PPTO/ANUN_2005/Ramo_11/ORG_CULTURA/FORMATOS/F00/formato s/ppto.pdf

⁷⁸ Información tomada del Informe de Rendición de Cuentas de la Administración Pública Federal 2006 – 2011, Dirección General de Finanzas, Administración y Desarrollo Técnico de Radio Educación, Subdirección de Finanzas y Administración, Jefatura del Departamento de Recursos Financieros.

los productores, pero también había una debilidad porque, al ser los contenidos producidos por las mismas personas, carecían de diversidad de estilos y nuevos puntos de vista.

Independientemente de las limitaciones del catálogo, la actividad política de estos productores fue determinante para obtener dichos logros. Hilda Saray Gómez fungía como delegada del sindicato y le tocó liderar esta acción administrativa y política; al respecto afirma:

Conceptualmente, los trabajadores especialistas en la producción radiofónica no existíamos para la administración pública federal. Los locutores, productores, programadores y técnicos trabajábamos aquí en la emisora con un nombramiento muy genérico... lo cual no significaba nada y nos obligaba a entrar a la nómina general de la Secretaría de Educación Pública. Por lo tanto, no recibimos un reconocimiento ni profesional ni salarial a nuestra actividad (Radio Educación, 2008: 128).

Los productores fueron a la Cámara de Diputados para solicitar que, una partida que se les otorgaba anualmente, pasara a salarios directos; así se regularizó la situación laboral que se había perdido desde 1986, cuando se había definido el perfil profesional de los trabajadores. Para Hilda Saray, este hecho significó “encontrar... especificidad como profesionales de la radio de servicio público” (Radio Educación, 2008: 125).

Éste es otro caso que muestra cómo el sindicato de Radio Educación, en ocasiones, ha apoyado a los trabajadores en momentos coyunturales; cuando lo ha hecho de esta manera, el sindicato ha ayudado a consolidar el trabajo de la emisora y las condiciones de los trabajadores. Esto ha sido un hecho que ha marcado la diferencia entre Radio Educación y las demás emisoras del país.

El fortalecimiento jurídico de la emisora fue gradual; primero con los Acuerdos 21 y 203 expedidos en 1978 y 1994 respectivamente, los cuales, para la productora Guadalupe Cortés, quien desde 1976 participó en fortalecer como trabajadora de la emisora, respaldaron que Radio Educación fuera con radio estatal con orientación de servicio público: “Somos servicio público porque pertenecemos al aparato administrativo del Estado. Tenemos un mandato” (Cortés, 2008).

Estos acuerdos, aunados al catálogo de puestos de 2004, otorgaron reconocimiento jurídico a los profesionales de Radio Educación y contribuyeron al desarrollo de las actividades de programación informativa y cultural, pero sobre todo, a la construcción del servicio público.

Por esta razón, para muchos de los trabajadores, Radio Educación se encaminaba cada vez más a ser una radio estatal con vocación de servicio público. Es cierto, reconocían que aún le faltaba un gran camino que recorrer en lo jurídico y político para convertirse en un medio de servicio público, pero fue significativo que los realizadores pudieran contribuir en definir el perfil de la radiodifusora y cuál era su función profesional y social en ella. Este hecho, les permitió fijar una posición conjunta, en los primeros años de este siglo, en el debate sobre la situación jurídica y función social de los medios estatales en México.

El “Acuerdo 203” también permitió a la emisora apoyar de forma diversa a radiodifusoras estatales y otras instituciones federales y no lucrativas dedicadas a la difusión de la educación y la cultura. Entre el 2001-2005 se firmaron 139 convenios para intercambio de programación, con lo cual Radio Educación contribuyó a ampliar el acceso de la radiodifusión estatal (Radio Educación, 2006).

Tanto los cambios hechos en la producción como los normativos contribuyeron a revitalizar las actividades de la XEEP: La producción se pudo hacer en forma digital; se iniciaron transmisiones por internet; el acervo sonoro se restauró y resguardó en un espacio adecuado para mantener los más de 129 mil fono-registros en buen estado, etc. (Radio Educación). También se organizaron eventos de difusión nacional e internacional que contribuyeron a dar visibilidad a Radio Educación como una estación que se preocupaba por discutir la situación nacional de las emisoras estatales y que, mediante esta forma, también luchaba por seguir el ideal de servicio público.

La conservación del archivo sonoro fue una prioridad en esta administración. Radio Educación incluso asesoró a “UN Radio”, perteneciente a la Universidad Nacional de Colombia sobre la conservación de materiales sonoros. A partir de 2001, la estación formó parte del Subcomité Memoria del Mundo de la UNESCO y realizó el Primer Seminario Internacional “Los Archivos Sonoros y Visuales en América Latina”.⁷⁹

En el periodo de Camacho se pusieron en marcha otras estrategias para apoyar la programación. En el 2001 se instalaron 24 equipos de cómputo con servicio de internet, lo cual permitió mayor comunicación entre los conductores de programas y escuchas, y

⁷⁹ Véase el “Informe de autoevaluación correspondiente al periodo enero-diciembre de 2001 de Radio Educación”, en www.radioeducacion.edu.mx.

agilizó todos los procesos de producción (preproducción: investigación, guión, coordinación, musicalización, etc.). Se capacitó al personal de producción para la utilización del programa de edición *protools*; se dieron otros cursos de producción y se instalaron equipos con sistema digital de edición (Radio Educación).

También se apoyó la creación de la Fonoteca Nacional, cuyo principal objetivo fue el de clasificar los más de cien mil fono-registros que hasta el 2001 existían. La fonoteca fue pieza fundamental para resguardar la memoria de producción de la emisora; en los años subsecuentes al 2001, se fueron añadiendo un gran número de registros (Radio Educación).

En el 2002, se presentó la convocatoria interna para que los trabajadores de Radio Educación participaran con proyectos radiofónicos; para financiar algunos de estos programas, se recurrió a la coproducción con otras instituciones públicas; según documentos de Radio Educación, la idea fomentó el enriquecimiento de la programación y alentó el trabajo de los productores (Radio Educación, 2002).

En el 2005, a juicio de los trabajadores de la emisora, la programación se fortaleció tanto en cantidad como en calidad; en ese año, se transmitieron “6,297 programas, 3.8 más con respecto a 2004”.⁸⁰

Las cifras hablan sobre un progreso en los contenidos de la emisora; en el siguiente capítulo se discutirá con detenimiento si estos contenidos fueron socialmente útiles.

El programa de capacitación, iniciado durante la administración de Camacho, fue indispensable para mejorar las actividades de programación. Gran parte de los talleres que se impartieron fueron ofrecidos por productores de corporaciones de radiodifusión pública, como Radio Francia Internacional, BBC de Londres, Radio Netherland, entre otras. Muchos de estos cursos, se dieron en el marco de las distintas ediciones de la Bienal de Radio.⁸¹

Según Antonio Calderón, coordinador de producción en la emisora, la carga de cursos fue aumentando a medida que avanzó la administración:

⁸⁰ Cabe señalar que el porcentaje en programas producidos y coproducidos fue en aumento desde el 2001. Para mayor información, revisar el “Resumen de actividades del Radio Educación correspondiente al periodo enero–diciembre 2005”.

⁸¹ Para mayor información sobre la capacitación, consultar los informes de autoevaluación de Radio Educación del (2001-2005).

La capacitación sirvió para mejorar la calidad de las producciones. Pero el programa no nació por generación espontánea. Tuvo que ver con el hecho que, durante la administración de Lidia Camacho, se cambiaron los cinco estudios y la isla de edición, y se instalaron consolas con sistema digital. Esto dio lugar a que los operadores tuvieran que aprender a editar en el sistema *protools*. Los cursos hicieron visible la capacidad tanto de productores como de operadores. Hubo gente que ya no pudo con la tecnología, y otros quienes se adaptaron paulatinamente a estos cambios. Cada área contaba con su propia capacitación de acuerdo con sus necesidades. Hubo cursos sobre sistemas de edición no lineal como *protools*, de automatización de la transmisión como *dalet*, e incluso intercambios de ingeniería importantes como la puesta en marcha de la primera prueba de Radio Digital en México junto con el consorcio internacional DRM (Calderón, 2008).

Además de capacitar al personal, las estrategias para renovar a la emisora sirvieron para fortalecer la producción de contenidos culturales y educativos, y promover las coproducciones.

Estas estrategias se lograron con el apoyo de CONACULTA; sin embargo, no se trató de una política de Estado que sentara directrices sobre la función social que deberían tener las emisoras estatales del Poder ejecutivo a nivel federal y estatal; tampoco fueron diseñadas para proveer de recursos a las radiodifusoras.

Durante la gestión de Camacho, se realizaron varios esfuerzos para el cambio de transmisión de la banda AM a la FM, pero no se pudieron concretar con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;⁸² la razón tuvo que ver con el desinterés del Ejecutivo para apoyar esta transición.

Para el gobierno de Fox fue suficiente con que la emisora pudiera producir con programas de edición digital. Sin embargo, el Estado pudo haber asistido la integración del sistema estatal de radiodifusión en México a la llamada convergencia digital y con ello paulatinamente vincularla a la construcción de la sociedad de la Información en México.

Realizadores de la estación reconocen otros rezagos durante la gestión de Camacho, entre ellas que la toma de decisiones estuvo centrada en la dirección; los sueldos continuaron siendo bajos a pesar de la catalogación de puestos, por lo que los productores tenían que recurrir a la realización de coproducciones para mejorar sus

⁸² Algunos expertos en telecomunicaciones concuerdan en que esto se debió a la falta de voluntad política y a las presiones que ejercieron los grandes dueños de la radio comercial, a través de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, ya que las estaciones no lucrativas resultaban competencia para sus radiodifusoras.

percepciones.⁸³ Esto creaba apatía en algunos de ellos, poco compromiso en otros y retos para unos más quienes buscaban formas creativas para participar en coproducciones.

Las productoras Guadalupe Cortés, Hilda Saray y Graciela Ramírez afirman sobre esta problemática:

Los trabajadores de Radio Educación siempre hemos asumido como parte de nuestra responsabilidad mantener vigentes los objetivos sociales de nuestra emisora, con este propósito permanente hemos buscado abrir opciones alternas de financiamiento que nos permitan cumplir los objetivos para los que fue creada la institución. A pesar de nuestros esfuerzos nos encontramos en una situación extrema, límite. Vivimos una situación muy parecida a la de los maestros; no producimos cosas ‘útiles’ y ganamos poco. Nos preocupa mucho la dignidad de nuestro salario y también la dignidad profesional de nuestro trabajo. (Cortés, Guadalupe *et al*, 2000, 444-445).

Es cierto, la situación de los salarios de los trabajadores de Radio Educación era y sigue siendo a principios del siglo un rezago que limita la construcción del servicio público en la emisora y que casi no se discute hacia fuera de la misma. Sin embargo, el tema es fundamental en una nación que pretende democratizar sus medios estatales; las experiencias internacionales nos han enseñado que, ofrecer mejor remuneración a los trabajadores, como sucede en países que tienen un sistema de medios corporativista o liberal, tiene un impacto directo en la profesionalización y calidad en los medios de servicio público; al existir mejores salarios, estos medios atraen a realizadores más preparados, comprometidos y tienden a ser más independientes del poder político en su ejercicio profesional.

No obstante este y otros problemas ya mencionados que enfrentaba Radio Educación en el periodo de Fox, la estación tuvo un mayor progreso en su proyecto en comparación con las radios de los estados.

**Vicente Fox
(2001-2006)⁸⁴**

Programación	<ul style="list-style-type: none"> • Se fortalecieron los contenidos culturales y educativos. • Se tuvo como objetivo conservar y difundir del patrimonio sonoro nacional. • Se modificó la carta programática en el 2001 y posteriormente en el 2003. • En 2003 se incorporaron nuevos presentadores y realizadores en la emisora.
--------------	---

⁸³ Por ejemplo, un productor ganaba por 60 minutos de programa entre mil y mil 500 pesos; dicho salario cubría todas las horas de trabajo.

⁸⁴ Cuadro de elaboración propia.

	<ul style="list-style-type: none"> • Se introdujeron géneros como el Radioarte. • Se generaron alianzas con radios públicas internacionales, entre ellas la BBC y Radio Francia, para fomentar el intercambio de programación. • Hubo mayor cooperación con otras radios estatales y culturales del país. Se firmaron 139 convenios para intercambio de programación con otras radiodifusoras estatales.
Situación administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Se vinculó con el “Programa Nacional de Cultura 2001-2006”, lo cual contribuyó a renovar su infraestructura y programación. • Se consiguieron recursos adicionales destinados al mantenimiento, ampliación y mejora de las instalaciones de la emisora. • Las decisiones de la emisora se concentraron en el director y los productores de base. • Radio Educación aumentó su presupuesto (en 2004 recibió 46 millones 994 mil 043 pesos). • El catálogo de puestos se concretó en el 2004; en el 2005, 78 colaboradores por honorarios obtuvieron sus plazas. • Los Acuerdos 21 y 203, aunados al catálogo de puestos de 2004, otorgaron reconocimiento jurídico a los profesionales de Radio Educación y contribuyeron al desarrollo de las actividades de programación informativa y cultural, pero sobre todo, a la construcción del servicio público. • Los productores y el sindicato solicitaron a la cámara de Diputados que una partida que se les otorgaba anualmente pasara a salarios directos; así se regularizó la situación laboral que se había perdido desde 1986. • Se restauró y resguardó el archivo sonoro de la emisora, se apoyó la creación de la Fonoteca Nacional y se asesoró a “UN Radio”, perteneciente a la Universidad Nacional de Colombia, sobre la conservación de este tipo de materiales. • En el 2001, se instalaron equipos de cómputo con servicio de internet, lo cual permitió mayor comunicación entre el personal y los escuchas, y se agilizaron los procesos de producción y las transmisiones por internet. • Con el apoyo de Conaculta, se cambiaron los estudios, la isla de edición, y se instalaron consolas con sistema digital. • No todos los trabajadores se adaptaron al proceso de actualización tecnológica de la emisora. • Los salarios de los trabajadores de Radio Educación fueron un rezago que limitó la construcción del servicio público en una nación que pretendía democratizar sus medios estatales.
Relación con el Estado	<ul style="list-style-type: none"> • No había una política de Estado que regulara los recursos financieros que recibiría Radio Educación.

	<ul style="list-style-type: none"> • La emisora seguía con huecos en lo jurídico y político para convertirse en un medio de servicio público, pero fue significativo que los realizadores pudieran contribuir en definir el perfil de la radiodifusora. • Se intentó el cambio de transmisión de la banda AM a la FM, pero no pudo concretarse por la falta de apoyo del Ejecutivo federal.
Relación con la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • Se sumó al debate nacional entre algunos medios no comerciales, algunas organizaciones sociales, académicos y periodistas, que promovía la necesidad de transformar la estructura de medios estatales en radios de servicio público; la institucionalización del servicio público y otorgarles naturaleza jurídica en la ley federal de radiodifusión, entre otras cuestiones. • Se organizaron eventos de difusión a nivel nacional e internacional. • A partir de 2001, la estación formó parte del Subcomité Memoria del Mundo de la UNESCO y se realizó el Primer Seminario Internacional “Los Archivos Sonoros y Visuales en América Latina”.

Hasta aquí, hemos dado un panorama general sobre el desarrollo de la radio estatal en México desde su surgimiento; particularmente, hemos discutido sus condiciones políticas y su relación con la sociedad.

Después de haber trazado este recorrido histórico, queda claro que la radio de servicio público pudo haberse desarrollado en la radio estatal, pero el hecho de que el Estado no le interesó impulsar una política ni creó una ley que le dieran sustento jurídico a este tipo de radio fueron razones que impidieron vincular a las primeras emisoras estatales con la noción de servicio público. En su lugar, el surgimiento de estas radiodifusoras se dio de manera aislada y, en algunos casos, incluso funcionaron como medios propagandísticos del gobierno.

Esta tendencia continuó durante los gobiernos neoliberales hasta el sexenio de Fox. La radio estatal fue relegada por el Ejecutivo (federal y estatal) a un segundo plano; en su lugar se le dio prioridad a la expansión de la radiodifusión privada. A pesar que hubo algunas excepciones de sistemas de radio estatal que lograron incidir en ciertos sectores de la población y que hubo un crecimiento en cuanto a la infraestructura, se desaprovechó su potencial para contribuir a ampliar la discusión en el espacio público y visibilizar a grupos sociales minoritarios y mayoritarios.

Capítulo cuarto

4. La construcción de la noción de servicio público en Radio Educación

El presente capítulo se divide en dos partes; en la primera se explican las nociones y estrategia metodológica para el desarrollo del análisis del estudio empírico; en la segunda se intenta explicar cómo se reflejan las funciones sociales y principios del servicio público en la barra programática de Radio Educación y cómo se construye la noción de servicio público desde el imaginario social de los realizadores.

4.1 Fundamentos teórico-metodológicos para el estudio empírico de la programación

En el capítulo segundo se afirmó que el servicio público es una noción compuesta por condiciones que otorga el Estado, realiza funciones sociales y mantiene principios específicos en su programación; ahí también se propuso una definición y características del servicio público de radio, las cuales enmarcamos en el siguiente modelo:

Servicio público de radio



De este modelo retomamos los elementos que se utilizarán como categorías de análisis en este capítulo para poder conocer: a) cómo Radio Educación ha incorporado estos rasgos en su programación; b) la utilidad social de sus contenidos y cómo inciden en el espacio público; c) cómo a partir de la programación la emisora ha contribuido a construir la noción del servicio público en México.

Para analizar la programación con mayor profundidad es preciso identificar también a los sujetos que producen los contenidos y conocer su concepción sobre la programación de la emisora. Por esa razón hemos decidido analizar el testimonio de los

realizadores, quienes tienen una relación directa con los contenidos y forman parte significativa de la comunidad de Radio Educación.

Durante muchos años en la historia de la radiodifusión en México, no hubo un marco jurídico que definiera la función del servicio público en los medios de comunicación, ni políticas públicas orientadas a consolidar un sistema de radio pública en el país. Sin embargo, en algunos medios como Radio Educación, hasta la fecha, ha habido profesionales de los medios que se han identificado con la noción del servicio público. Este grupo de hacedores ha sido responsable—en gran parte—de llevar ciertas actividades del ideal de la noción de servicio público, o de su noción de lo público, a la práctica cotidiana de la emisora. Es importante conocer, desde su perspectiva, cómo definían en ese periodo histórico el perfil de la radiodifusora y cómo han contribuido a construir la noción del servicio público.

Aproximarse a nuestro objeto de estudio—no sólo desde una perspectiva histórica como tradicionalmente se ha hecho, sino a través de la lente de una comunidad—implica sumergirse en estrategias metodológicas ensayadas por otras disciplinas, como la Antropología sociocultural.

El estudio de las Ciencias sociales ha cambiado paulatinamente en décadas recientes. Los límites entre las disciplinas se han ido borrando, lo cual ha enriquecido el entendimiento de fenómenos complejos. El campo de la Comunicación se ha visto beneficiado de estas transformaciones; como ciencia empírica se ha ido nutriendo de metodologías, técnicas y perspectivas teóricas de la Antropología y Sociología, entre otras, para acercarse a los objetos de estudio. Esto ha hecho que “muchos científicos sociales se han apartado de un ideal formado por ‘leyes y ejemplos’ hacia otro formado por ‘casos e interpretaciones’” (Cornejo, 2007: 198). Las teorías se han ido acercando a los “referentes empíricos” y alejando de lenguajes abstractos. Las explicaciones se han dirigido a la interpretación de datos que en muchos casos parten de las experiencias cotidianas individuales y colectivas de los sujetos sociales que conforman al objeto de estudio. Por eso, afirma Cornejo, en las Ciencias sociales, “el desafío es, entonces, recuperar a los sujetos sociales como individuos y actores colectivos desde sus prácticas sociales concretas, al reconocer el sentido vivido y dramático que tienen los hechos para los actores” (Cornejo, 2007: 198).

De esta manera, para poder construir un marco metodológico, nos dimos a la tarea de revisar distintas aproximaciones y programas de investigación. Algunos nos resultaron irrelevantes casi de inmediato dadas las limitaciones en sus planteamientos y técnicas de análisis. Pero, de otras, pudimos retomar elementos específicos que nos ayudaron a construir un modelo empírico para evaluar la función social de la programación. A continuación describiremos dicho recorrido:

En partes anteriores de este trabajo, escribimos que hemos recurrido a autores que sustentan su trabajo teórico principalmente en la tradición de la Economía política crítica, corriente que posee distintas aproximaciones metodológicas para aproximarse a su unidad de análisis: las industrias culturales y de la comunicación (Gómez y Sánchez, 2009). Si bien no hay suficiente investigación de campo que aporte datos empíricos a la Economía política, existen trabajos enmarcados dentro de los llamados *Estudios sobre medios* (*Media Studies*), los cuales han sido complementarios al trabajo de la Economía política crítica y se han desarrollado paralelamente con ella.

Los *Estudios sobre medios* realizan un análisis textual de las narrativas periodísticas; afirman que el texto es polisémico y se interpreta de diferentes maneras dentro de un contexto cultural. La metodología se basa ampliamente en el análisis de la argumentación de ejemplos específicos o comparativos, los cuales pueden ser narrativas de sucesos particulares (movimientos sociales, programas de televisión, películas, textos periodísticos, etc).

Este programa de investigación emergió en la década de los setenta. En Estados Unidos se enfocaron en explicar las dinámicas y rutinas de los reporteros dentro de las industrias para producir contenidos. El autor Paul Hirsch (1980) dice que los periodistas trabajan de manera autónoma, pero envueltos en rutinas y estructuras burocráticas. Para ello, dicho programa basó su investigación de campo en entrevistas a reporteros y productores de los medios, así como en la reconstrucción de las historias sobre el desarrollo de aquellas organizaciones para evidenciar el conservadurismo de los textos publicados. Uno de los primeros trabajos al respecto fue el del autor estadounidense Todd Gitlin en 1983, con su obra *Inside Prime Time* (Hesmondhalgh, 2008).

Esta larga tradición de estudio en Norteamérica y Europa ha privilegiado la mirada de un grupo para explicar el comportamiento de una institución. Durante mucho tiempo, los

estudios fueron cuestionados porque proveían resultados a partir de la perspectiva de una muestra reducida, lo cual para algunos investigadores parecía un trabajo sesgado. Sin embargo, a través de los años han logrado legitimidad metodológica dentro del campo científico de las Ciencias sociales, como lo dice el investigador John Comaroff en su legendario artículo, “Notas sobre el método antropológico”: “La Antropología sociocultural es frecuentemente acusada por la falta de rigor metodológico. O peor aún, por no tener un método discernible más allá de su confiabilidad” (Comaroff, sf). El testimonio del científico social en su experiencia subjetiva en la investigación empírica ha sido siempre controversial. El método antropológico de inducción ha sido acusado repetidamente por “celebrar idiosincrasias imaginativas”. Pero las técnicas utilizadas son un poco diferentes de aquéllas disciplinas menos reflexivas y severas como las del periodismo moderno. Por lo tanto, cuando este tipo de metodología se emplea correctamente, se logra evidenciar un gran rigor en los resultados.

Al igual que en otras disciplinas (Estudios de Género, Etnografía, Historia oral, las cuales respaldan esta aproximación metodológica) sus seguidores sostienen que “sólo la perspectiva parcial promete una visión objetiva”, porque elaboran la forma de ver las cosas, especificidad y diferencia de los grupos (Haraway, 1988: 582-583). Además, ellos afirman que “las ideologías oficiales y el método científico son particularmente malas guías sobre cómo el conocimiento científico se construye” (Haraway, 1988: 576).

En el campo de los estudios de los medios de comunicación y la cultura, los estudios empíricos han experimentado diferentes modelos metodológicos de análisis que han evolucionado y se han ido alejando de los preceptos del método científico tradicional hasta acercarse al método antropológico.

Hasta los años setenta, la mayoría de las aproximaciones metodológicas trataban de emular, mediante evidencias estadísticas, la manera en que las ciencias naturales explicaban la realidad. Uno de los más populares fue el *análisis de contenido*, el cual fue diseñado para medir y analizar, a partir de indicios estadísticos, el estilo y los contenidos de los mensajes; también sirvió para explicar el orden descriptivo de la significación. Otros más, como el modelo de *usos y gratificaciones*, constituyeron las primeras aproximaciones para estudiar, desde la Psicología, las actitudes de la audiencias mediante cuestionarios. Tanto para el análisis de contenido como para el de usos y gratificaciones,

sus técnicas se basan en muestras a gran escala para lograr mayor precisión (Fiske, 1990: 136). Estos modelos fueron muy populares en la perspectiva *Estudios de comunicación* (*Communication Studies*) en Estados Unidos; sin embargo, sus alcances fueron limitados al no relacionar sus resultados con un análisis sociocultural más amplio y al no poder entender el significado de los textos o contenidos como insumos culturales.⁸⁵

Las limitaciones del *análisis del contenido* y otros métodos condujeron a que jóvenes investigadores iniciaran a acercarse a los medios de comunicación desde la Antropología. Había una necesidad de entender a los medios de comunicación desde la cultura y no solamente desde un análisis positivista. En 1980, el investigador estadounidense James Lull realizó una ruptura epistemológica e innova con el estudio de las audiencias desde la perspectiva de etnográfica y sociológica; en su escrito “The Social Uses of Television”, Lull (1980) estudia a los televidentes desde sus contextos cotidianos. Otros académicos ingleses, como David Morley (1986), desarrollan en la misma década metodologías similares para analizar a las audiencias y responder a cuestionamientos sobre poder e ideología (Lewis, 2008: 215-216).

En décadas posteriores, estas y otras aproximaciones empíricas, como los *Estudios sobre medios*, han conseguido aportar modelos metodológicos innovadores a las Ciencias sociales orientados a construir y sistematizar datos empíricos para explicar la realidad social y la cultura contemporánea. No se trata de la realización muestras experimentales o grupos de control, sino de la formulación de sistemas de argumentación a partir de estudios de caso o correlaciones con ejemplos paralelos—como movimientos sociales específicos—que ocurren o han sucedido en otros contextos sociohistóricos.⁸⁶

Con estas rutas metodológicas empíricas más recientes, los estudios sobre medios de la comunicación y la cultura han podido virar de la descripción a interpretaciones más profundas sobre la realidad social.

El presente trabajo es un intento de lo anterior, al diseñar un modelo empírico que evalúa la función social de la programación.

⁸⁵ Los *Estudios de comunicación* o *Communication Studies* miden el significado de manera verificable por medio de estadísticas, indicios, entre otros instrumentos; utilizan herramientas metodológicas como el análisis de contenido.

⁸⁶ Por ejemplo, los autores Edward Herman y Noam Chomsky utilizan esta estrategia metodológica en el texto *Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media*, Pantheon Books, 1992. Otro ejemplo puede ser el libro de James Lull, *Culture-on-Demand. Communications in a Crisis World*, Blackwell, 2007.

Esto implicó buscar otros tipos de enfoques teórico-metodológicos que abordaran el estudio de los medios y la cultura contemporánea y metodologías basadas en el análisis descriptivo y cualitativo/interpretativo.

Un primer acercamiento teórico metodológico que revisamos y cuyos planteamientos sirvieron como referencia útil para construir nuestra propuesta empírica es el del sociólogo Robert Park (Lewis, 2008: 44-45), de la Universidad de Chicago. A principios del siglo XX, Park se enfocó en estudiar, entre otras cosas, cómo los individuos y (sub) grupos sociales construían significados a partir de sus experiencias cotidianas en el mundo. Park puso énfasis en la mirada de los grupos sociales para generar nociones o conceptos; esto era una forma de entender los problemas más complejos de la vida cotidiana y podían ayudar a resolver los problemas de injusticia social. Park tenía interés en el estudio de la radio, y sus técnicas de observación no eran muy diferentes a aquéllas empleadas por periodistas. Para Jeff Lewis (2008), esta forma de aproximarse al estudio de los medios, basándose en las experiencias cotidianas de las personas, alimentó teóricamente a la Sociología.

El acercamiento de Park hacia el estudio de los grupos sociales fue fundamental para aproximarnos a otras corrientes que ponían hincapié en el estudio de los *narrativas/textos/discursos* y su relación con el sujeto que las produce en el seno de un contexto cultural particular.⁸⁷ Este argumento nos interesó en particular, porque la programación es un conjunto de narrativas producidas por realizadores quienes conforman un grupo social.

Hemos dicho que, entender la programación como *narrativas* de la cultura implica estudiarla bajo aproximaciones teórico-metodológicas empíricas emanadas de diversas disciplinas de las Ciencias sociales (Antropología, Sociología, Retórica, entre otras), las cuales toman en cuenta *quién produce* esas narrativas y el contexto en el que se generan.⁸⁸ Una de ellas, los *Estudios sobre medios*, ya la hemos explicado; la otra es la *Hermenéutica*.

⁸⁷ En esta investigación no se hace distinción entre narrativa, texto o discurso.

⁸⁸ Cabe señalar, que el análisis académico de la programación como narrativa de la cultura no ha sido prioridad para los investigadores en América latina. La mayor parte de los estudios en México y América Latina se han realizado desde una perspectiva sociohistórica. Sólo existen algunos ejemplos significativos y que sirven como referencia para nuestro estudio, como el del investigador chileno Valerio Fuenzalida (2000) y el argentino Ricardo Haye (2003) que nos ayudan a conceptualizar categorías para analizar la

La *Hermenéutica de la investigación sociohistórica* es una herramienta teórica que provee de un marco metodológico para estudiar la programación. En el siglo XIX y XX, autores como Dilthey, Heidegger, Gadamer y Ricoeur profundizaron en cómo la comprensión de los textos (discursos) requieren de interpretación en tanto son construcciones significativas (Thompson, 1998). Según John B. Thompson, los estudios interpretativos complementan los análisis formales como la estadística. “El mundo sociohistórico” (Thompson, 1998: 398-399), dice Thompson:

No es sólo un campo-objeto que esté allí para ser observado; también es un campo sujeto constituido, en parte de sujetos que, en el curso rutinario de sus vidas diarias participan constantemente en la comprensión de sí mismos y de los demás, y en la interpretación de las acciones, expresiones y sucesos que ocurren en torno a ellos (Thompson, 1998: 398-399).

Heidegger critica que el proceso de la *comprensión* cotidiana es una característica esencial de los seres humanos, pero muchas veces obviada por los científicos sociales; estos analizan formas simbólicas interpretadas por los sujetos que conforman el campo-objeto.

La hermenéutica establece dos cosas: a) el campo-objeto es un campo-sujeto; b) los sujetos que conforman el campo sujeto-objeto, al igual que los analistas sociales, “pueden comprender, reflexionar y actuar a partir de esta comprensión y reflexión” (Thompson, 1998: 400).

Particularmente, estos postulados dieron pauta para acercarnos a los realizadores de Radio Educación para conocer su noción de servicio público y cómo han contribuido a construir dicha noción desde la cotidianeidad de la programación; su mirada fue indispensable para entender nuestro objeto de estudio. Son sujetos que tienen una interpretación y conceptualización sobre su campo de trabajo (Radio Educación). Esa visión fue muy significativa para el desarrollo de este estudio en tanto permitió entender cómo la emisora, desde el conjunto de sus transmisiones, ha contribuido a construir la noción de servicio público.

El análisis sociohistórico que se ha hecho hasta aquí ha provisto de datos necesarios para entender la conformación de la noción de lo público en Radio Educación,

programación; la investigación de Rosalía Winocur (2000) brinda elementos metodológicos fundamentales para acercarse al estudio de la radio.

pero falta añadir la reflexión de los realizadores, en tanto esta noción se construye a partir de experiencias de sujetos que están insertos en el proceso histórico de la emisora.

Thompson (Thompson, 1998: 407) propone el marco metodológico de la *hermenéutica profunda*, en el cual sitúa dimensiones analíticas de un proceso interpretativo y que están relacionadas con la *hermenéutica de la vida diaria*; dos de ellas nos interesan específicamente:

1) El *análisis sociohistórico* en el que se incluye a las instituciones sociales.

2) La *Interpretación y reinterpretación*. Significa interpretar rutinaria y mundanamente las formas simbólicas de la vida cotidiana; éstas pueden ser sociohistóricas. Los sujetos (o grupos sociales) realizan una interpretación de la realidad social; los analistas lo que hacen es reinterpretar la interpretación que llevan a cabo los sujetos. En los medios masivos, la reinterpretación de las formas simbólicas está relacionada con aspectos ideológicos; por ejemplo, relaciones de poder, propiedad y control, así como las relaciones y las actividades rutinarias que se dan en las instituciones de los medios: procedimientos cotidianos seguidos por los empleados o realizadores desde escribir un guión hasta editar o producir. Según Thompson, este enfoque interpretativo también “nos sirve para conocer las maneras en que comprenden lo que están haciendo, lo que están produciendo y lo que están tratando de lograr” (Thompson, 1998: 441-442).

Thompson sostiene que en cada dimensión o etapa se pueden aplicar diversos tipos de métodos de investigación de acuerdo con las circunstancias específicas de la investigación; no hay un método adecuado ni único. Este argumento nos obliga a entender a nuestro objeto de estudio desde la intersección con otras disciplinas y subdisciplinas. Para el investigador Gilberto Giménez (2006), es justo en esta intersección donde se encuentran—por su dimensión simbólica—la Historia, Antropología, Sociología, Psicología social, Educación, Semiótica, Lingüística y, sobre todo, la Cultura.

En efecto, los estudios sobre medios de comunicación y cultura son un campo híbrido de estudio de los textos y los contextos; en cuyas interacciones los sujetos sociales, “inmersos en ámbitos espacio temporales específicos”, producen significado. En

ésta interacción simbólica (sujeto social-texto-contexto) se halla el aspecto científico de la comunicación (Giménez, 2006).

Estos postulados epistemológicos son indispensables para elaborar un *corpus* de estudio para estudiar la función social de la barra programática de Radio Educación, el cual abordaremos en el siguiente apartado.

4.2 Elaboración de un *corpus* de estudio

Para autores como Enrique Bustamante, la programación es un discurso articulado por *narrativas* y dirigido a diversas audiencias, el cual es organizado por un periodo determinado.⁸⁹

De aquí que, en este trabajo entendemos que en la radio estatal se programan discursos articulados cuyos contenidos conforman las narrativas de la programación que adquieren significado en el contexto de la cultura local y nacional. Para los autores Ricardo Hays (2003: 116) y Juan Buenaventura (1990), el conjunto de *narrativas* o *textos* es escogido y combinado de manera finita; “...posee unas lógicas discernibles y... se somete a ritmos temporales determinados. Tanto esas lógicas como esos ritmos evidencian visiones culturales particulares que circulan en una formación social dada” (Buenaventura, 1990).

Las narrativas relatan sucesos de la historia y la cultura contemporánea, y reflejan lo que la sociedad conversa en la actualidad sobre los grandes problemas locales e internacionales; en sus contenidos se discuten asuntos éticos y cívicos, principalmente los valores, las prácticas sociales de las minorías y mayorías sociales, sus ritos, sus sentimientos, sus maneras de celebrar, etcétera, que ayudan a los ciudadanos a tomar decisiones en la vida pública. Las narrativas cuentan historias de personas que representan a grupos sociales; lo hace por medio de la discusión, el debate, la música, los contenidos informativos y noticiosos, los géneros artísticos como el radioarte.

Tradicionalmente, en países como Australia, del norte y centro de Europa y Norteamérica donde existen medios públicos sólidos, la programación refleja diversas posturas, las cuales se generan a partir de ciertas condiciones internas y externas de las emisoras: la visión del sistema radiofónico, las ideas de producción de los realizadores y

⁸⁹ Idea retomada de las clases del curso de doctorado “Economía de la Televisión”, en la Universidad Complutense de Madrid, 2005.

de los consejos de programación, las rutinas periodísticas y de producción, las políticas de Estado sobre la cultura y la comunicación, entre otras.

Dichos elementos que componen la programación han contribuido a que en los contenidos se reflejen nociones relacionadas con la diversidad de la vida social y cultural-

Particularmente para los medios de servicio público en países, como los arriba mencionados, la programación de utilidad social ha sido de vital interés en las transmisiones cotidianas de las emisoras. Esto se debe a que el servicio público de radiodifusión también está conformado por estrategias de programación mediante las cuales se diseña, planea, organiza y articula un discurso autónomo que, entre otros aspectos, da coherencia a narrativas que contribuyen al bien común, construir ciudadanía, a mejorar la vida de las personas, a la práctica de la libertad de expresión, entre otros objetivos con los que cumple el servicio público.

Construcción de categorías—La explicación teórico-metodológica anterior ha sido pilar para construir datos empíricos a partir del análisis y descripción de los contenidos de la barra programática y en la observación y elaboración de entrevistas semiestructuradas a los realizadores de Radio Educación.

Como lo hemos mencionado antes, uno de los valores de la programación de un medio de servicio público es la utilidad social de sus contenidos para una sociedad política y culturalmente diversa.

La *barra programática* es el *universo de estudio* de esta investigación, pero también lo son los sujetos (realizadores) que la conforman, pues hemos ya explicado que, para comprender *campo-objeto* es necesario analizar al *campo-sujeto*.

Para examinar nuestro universo, abordaremos únicamente la dimensión *utilidad social de los contenidos*:

La dimensión *utilidad social de los contenidos* se evaluó a partir de las cuatro *categorías de análisis* que definimos en el capítulo segundo: *Función cultural, Función informativa, Función educativa y la Función de entretenimiento*.

La categoría *Función informativa*, dado sus características, se desagregó en las *subcategorías* también definidas en el capítulo segundo: *pluralidad y diversidad de la información, e independencia editorial*. Asimismo, se tomaron en cuenta otros indicadores de evaluación como: la comunicación de los asuntos públicos a los

ciudadanos, en cuanto a educación, salud, cultura, ciencia e información que ocurre a nivel mundial y local; la estructura narrativa de los contenidos, la atención de la demanda de públicos minoritarios y mayoritarios, entre otros aspectos.

Aunque la *universalidad* es un rasgo importante de una programación que corresponde al servicio público, no fue tomada en cuenta en cuanto al alcance geográfico de la emisora, ya que su transmisión sólo se delimita principalmente a la zona metropolitana. Sin embargo, sí se evaluará la *universalidad* con respecto a dos puntos: a) la atención que tienen los diferentes grupos políticos y socioculturales (mayorías y minorías) a los contenidos de la emisora; b) cómo Radio Educación atiende las necesidades de intereses y necesidades de información, entretenimiento, educación y cultura de una sociedad compleja y diversa que habita en la zona metropolitana.

Justificación del estudio de caso—Ya se ha explicado antes, que este el trabajo se enfoca en la evaluación de las estructuras y funciones de Radio Educación relacionadas con el servicio público durante los primeros seis años del siglo XXI. Hay tres razones principales por las cuales nos interesa esta etapa de la radio estatal en México: 1) La primera tiene que ver con el contexto político en el que se enmarca el proceso histórico de la radio estatal en esos años. 2) La segunda está relacionada con el papel que jugó la emisora en este contexto político y social. 3) Su propio desarrollo institucional y su relación con la sociedad, hechos que se manifestaron en el fortalecimiento de su programación y la construcción de la noción del servicio público.⁹⁰

1) El contexto político—Para el año 2000, el Estado mexicano había terminado de construir una infraestructura de 27 sistemas de radiodifusión estatal hasta la primera década de este siglo. La transición política que tuvo lugar en nuestro país en el año 2000, generó diversas expectativas sobre la democratización de las instituciones políticas y estructuras sociales. Después de 70 años de gobierno del PRI, las elecciones presidenciales las había ganado un partido distinto, el PAN. En el debate público prevalecía la idea de que el país vivía un importante proceso de transición democrática. Sin embargo, las transformaciones que se generaron con la alternancia política, no llegaron a algunas instituciones de la cultura, entre ellas, los medios estatales.

⁹⁰ Las evidencias para estas tres razones ya han sido abordadas en el capítulo anterior, pero es importante recapitular la argumentación.

Durante el sexenio de Fox, no hubo, como tampoco existió antes, voluntad política para democratizar la estructura de medios de comunicación y crear condiciones más equitativas para el acceso de la sociedad a los medios y a las tecnologías de la información; ni siquiera para crear mejores condiciones para desarrollar un mercado más competitivo. En materia de radiodifusión estatal, la situación siguió siendo desfavorable e incierta, jurídica y políticamente, para estos medios. La ausencia de una ley que definiera a la radio de servicio público y que garantizara su autonomía política y económica dificultaba el desarrollo tecnológico de las radios de propiedad estatal y su alcance social y cultural.

Durante los gobiernos de Vicente Fox, la política de comunicación a nivel federal y estatal estuvo orientada a favorecer el poder económico de la industria audiovisual privada, lo que permitió que las emisoras comerciales aumentaran su poder y presencia en el espacio público.

Como respuesta a esta situación, se intensificó un debate entre algunos grupos, organizaciones sociales y profesionales de los medios de comunicación estatal y cultural que, entre otros temas, promovía la necesidad de transformar la radiodifusión de propiedad estatal en verdaderos medios públicos; institucionalizar el servicio público y otorgar a estos medios un estatus jurídico para lo cual se demandaba la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión. Se debatía también la importancia del papel de los medios estatales y culturales en el desarrollo democrático del país, y sobre cómo éstos podrían fomentar la participación social y contribuir al desarrollo cultural. Sin embargo, en este debate no se involucró la mayor parte de la sociedad, ni hubo presión suficiente en los representantes políticos para que legislaran en esta materia.

Algunas radios, sin embargo, pudieron establecer una relación diferente con el Estado y la sociedad. Radio Educación fue una de esas emisoras; en primer lugar, desde sus inicios había luchado por mantener independencia política y editorial con respecto del gobierno; en segundo, se había propuesto cumplir con su función cultural y social al producir contenidos de utilidad social para sus audiencias, a pesar de que en ocasiones algunos de sus directores quisieran usarla a favor de sus propios intereses políticos.

Desde los años setenta, la estación se esforzó por discutir los asuntos públicos más importantes de la agenda nacional e internacional y fue tratando de abrir sus

micrófonos a otros sectores de la población. La estructura y producción de sus contenidos—así como sus criterios éticos y su aproximación a valores sociales—eran diferentes a las de la mayor parte de las emisoras comerciales. Radio Educación fue construyendo a lo largo de los años una audiencia leal y crítica, y una narrativa cultural y política que la propia estación ha calificado como diversa en su quehacer diario. Con ello buscó contribuir a ampliar las condiciones de la discusión pública, especialmente en el área metropolitana. Hasta el final de este estudio, Radio Educación se definía así misma como una radio con vocación de servicio público y en los hechos contribuía a darle sentido a dicha noción al incorporar principios esenciales del servicio público a su programación.

Con el tiempo, estos hechos le han dado mayor legitimidad frente algunos de los grupos más críticos de la sociedad.

2) La participación de Radio Educación en el contexto político y social—Otro elemento esencial de Radio Educación fue la participación de algunos de sus realizadores y funcionarios en el debate público sobre la democratización de la comunicación durante el sexenio de Fox. Esa participación fue especialmente significativa en el debate que se intensificó en los primeros seis años del siglo XXI que englobaba—entre sus temas—la estructura y situación jurídica de los medios estatales y culturales. Pero justo en este debate se había dejado de lado la contribución que este tipo de medios había hecho a la construcción de un referente de programación con utilidad social y que cumplía con ciertos principios del servicio público.

Bajo dichas premisas es importante analizar, desde la noción del servicio público, la función que Radio Educación había desarrollado desde sus inicios, a finales de los años sesenta, pero sobre todo el significado que ésta tenía para algunos grupos sociales en un contexto de alternancia a la democracia: cómo se entendía Radio Educación así misma como una radiodifusora con vacación de servicio público y cómo la expresaba en su quehacer cotidiano; en qué medida atendía a diversos sectores del país, especialmente a ciudadanos que habían buscado otra manera de entretenimiento, información y cultura; cuál había sido el papel cultural y político de Radio Educación y su influencia en estos sectores de la población; cómo había contribuido en un contexto en el que históricamente había prevalecido la hegemonía de la radio comercial.

En el capítulo anterior se evidenció el desinterés del Estado para crear las condiciones que permitieran a Radio Educación—y a otros medios en poder de los gobiernos federales y estatales—salvaguardar su independencia editorial y su autonomía económica y de gestión. Esta situación había generado una serie de dificultades para que estos medios, entre ellos Radio Educación, desarrollaran ampliamente funciones que son características de todo medio público como son: garantizar la universalidad del servicio de radiodifusión, fomentar la participación social, fortalecer su identidad como instituciones de servicio público, entre otras que ya hemos mencionado.

A pesar de estas circunstancias, algunos medios como Radio Educación, habían logrado practicar, aún con limitaciones, algunas de estas funciones esenciales del servicio público y habían tratado de reflejarlas cotidianamente, como lo veremos más adelante, en una programación que buscaba proveer información y ayudaba a formar opiniones, tomar decisiones y orientar valores sobre diferentes asuntos públicos.

3) El desarrollo institucional de la emisora y su relación con la sociedad—La emisora había podido construir un proyecto radiofónico en sus primeros 30 años que se aproximaba a la radio de servicio público. Lo hizo por medio del fomento de coproducciones nacionales e internacionales, capacitación, tradición en las realizaciones, diversificación de contenidos, además de gozar de cierta autonomía política, entre otros aspectos. Los mismos realizadores de la estación afirmaron en las entrevistas realizadas para este trabajo, que ellos producían contenidos que apelaban a la pluralidad y diversidad; promovían la participación y gozaban de una amplia autonomía editorial.

Como se explicó en el capítulo anterior, en la última década de los noventa y principios de este siglo, algunos sectores más politizados de la población demandaron cada vez más contenidos de asuntos públicos con distinta perspectiva a la de los medios audiovisuales privados; había una necesidad de información que ayudara a formar opiniones, tomar decisiones y orientar valores.

Estas condiciones históricas condujeron a la institución a reforzar su agenda programática y continuar produciendo contenidos que promovieran la discusión sobre la vida pública del país primordialmente en torno a la cultura, educación e información; específicamente para nuestro trabajo, fueron cruciales para entender por qué el estudio de caso se podría situar en el primer lustro del siglo XXI:

De acuerdo con entrevistas y documentos de la estación, Radio Educación era un sistema que perseguía un ideal de servicio público casi desde sus inicios, pero al cambio de siglo se intensificó la discusión al interior y exterior de Radio Educación sobre el estatus de la emisora frente al “servicio público” (por ejemplo, a través de foros, publicaciones y congresos internacionales), lo cual contribuyó a redefinir su compromiso ante la sociedad.⁹¹

Las tres razones anteriores nos llevaron a elegir el sexenio de Fox para nuestro estudio; mostraban indicios que había una contribución importante de la emisora a ciertos sectores de la sociedad.

Como se estudió en el capítulo anterior, se trataba de un proyecto radiofónico que si bien tenía carencias, entre el 2000-2006 se realizaron distintas acciones tanto por parte del equipo de producción como de la dirección para continuar diversificando los contenidos culturales, educativos y de asuntos públicos; hubo intentos de articular la programación mediante la reestructuración de la barra programática en el 2001 y 2005. También se llevaron a cabo otras estrategias como conservar y difundir el patrimonio sonoro nacional; se modificó la carta programática en el 2001 y posteriormente en el 2005; en el 2003 se incorporaron nuevos presentadores y realizadores en la emisora; se introdujeron géneros como el Radioarte; se generaron alianzas con radios públicas internacionales, entre ellas la BBC y Radio Francia, para fomentar el intercambio de programación; hubo mayor cooperación con otras radios estatales y culturales del país.

Hubo también acciones administrativas que apoyaron el fortalecimiento de la programación, entre ellas destacaron su vinculación con el “Programa Nacional de Cultura 2001-2006”—esto permitió renovar su infraestructura y programación; se consiguieron recursos adicionales destinados al mantenimiento, ampliación y mejora de las instalaciones de la emisora; aumentó el presupuesto; el catálogo de puestos se concretó en el 2004 con lo cual se logró que colaboradores obtuvieran plazas; los Acuerdos 21 y 203, aunados al catálogo de puestos de 2004, otorgaron reconocimiento jurídico a los profesionales de Radio Educación y contribuyeron al desarrollo de las

⁹¹ Se podrán encontrar evidencias más específicas en el capítulo 3 de este trabajo.

actividades de programación informativa y cultural; se instalaron consolas con sistema digital entre otros ejemplos ya citados.⁹²

Consideramos realizar este breve recorrido para elaborar la siguiente pregunta y supuestos que contestaremos con el análisis del estudio de caso:

¿Cuáles son las características que tiene la programación de Radio Educación y cómo se relacionan con la noción de servicio público?

Para lo cual, partimos de los siguientes supuestos:

- se pueden encontrar características de la función de servicio público en la barra programática de Radio Educación;

- la barra programática de Radio Educación tiene ciertos rasgos de servicio público; en gran parte de los contenidos se fomenta el diálogo y valores sociales como la justicia, tolerancia y democracia, los cuales contribuyen al bienestar social, cultural y educativo, y al fortalecimiento de la identidad ciudadana de los escuchas; además si contribuyen a ampliar la discusión los asuntos públicos;

- a pesar de que, en estas fechas no existía un marco legal que definiera las funciones de un medio de servicio público en México, la programación de Radio Educación había contribuido a la conformación de un referente de la noción servicio público;

- el desarrollo de la programación y los esfuerzos en la producción, aunados a otros aspectos como la organización y estructura de gobierno de la emisora, su vinculación con la sociedad, había contribuido a fortalecer las características de la función del servicio público en los contenidos programáticos de Radio Educación fomentadas desde el origen de la emisora.

4.2.1 Fases de estudio

Lo que siguió fue trazar una ruta metodológica dividida en diferentes etapas de trabajo de campo:

Primer periodo de estudio: Fase exploratoria—Además de un análisis descriptivo de la programación, la fase exploratoria consistió en entrevistas a una muestra de realizadores y funcionarios de la estación, quienes dada su posición dentro de la

⁹² Ver evidencias más específicas en el capítulo 3.

emisora, poseían una amplia perspectiva sobre la programación.⁹³ Ellos funcionaron como *informantes clave*; proveyeron de información que nos permitió continuar con el estudio de la barra programática de Radio Educación como estudio de caso.⁹⁴

Desde su perspectiva, los entrevistados consideraban que los cambios de programación tanto en el 2001 como en el 2005 habían ayudado a diversificar y fortalecer la oferta programática cultural, educativa y de información de la emisora.

Bajo estos argumentos, cualquier fecha entre este periodo podría ser viable para delimitar el estudio de caso, ya que había elementos en los que se podría encontrar información relevante para nuestro la programación. En la *XEEP*, los programas se repiten cada semana; no hay variación, salvo en los contenidos tratados, series o programas especiales, por lo que las variaciones mensuales de programación son pocas.

Como esta estrategia es un patrón muy experimentado por Radio Educación, una semana de programación era representativa para ser estudiada. Además, para el estudio de caso, una semana de programación resultaba ser una muestra pertinente de análisis y era viable para facilitar el proceso metodológico: los contenidos podrían ser manejables y en general no se cambiaba la programación.

De esta manera, se examinaron las barras programáticas a partir del 2000; en el 2005, la programación se había reestructurado por segunda ocasión durante la administración de Lidia Camacho. Los cambios hechos a la carta programática eran pocos, lo cual garantizaba cierta continuidad en los contenidos de la carta programática. De acuerdo con los entrevistados, el periodo más estable entre el 2000-2006, en cuanto a la programación, se encontraba en el 2005; ocurrió justo antes de que empezaran las campañas políticas para la carrera presidencial del 2006, lo cual podía representar cambios en la programación, sobre todo con temas más relacionados con lo electoral.

Los realizadores entrevistados coincidieron en que cualquier fecha de 2005 era un periodo apropiado; fue cuando se estructuró una agenda informativa más contemporánea.

⁹³ En la *XEEP*, las decisiones de programación se toman desde la Dirección de Producción y Planeación, y la Dirección General; tradicionalmente los realizadores han hecho propuestas de programas; hemos dicho también que el Comité de Evaluación Interna, conformado por realizadores, interviene en este proceso.

⁹⁴ La entrevista a *informantes clave* una herramienta de investigación que nos ayuda a construir datos acerca de las opiniones, percepciones y perspectivas que los sujetos tienen sobre la emisora (Cornejo, 2007: 217).

El 2005 también fue un año en el que ocurrieron cambios en materia de producción digital que ayudaron a modificar ciertos aspectos en la producción de las narrativas, como el hecho que los realizadores comenzaran a trabajar en los sistemas de edición no lineal, lo cual mejoró aspectos de producción como el sonido o la edición.

Fue así como se escogió la semana del 17 al 23 de octubre de 2005. Luego de identificar el periodo de análisis, se procedió a clasificar el corpus, tomando en cuenta los siguientes criterios.

Segundo periodo de estudio: Análisis descriptivo de la programación—El segundo periodo contempló distintas etapas, las cuales se fueron amalgamando en actividades simultáneas:

1) *Delimitación del corpus*—En la fonoteca de la emisora se consiguieron las 72 producciones que conformaron la barra programática de esa semana, las cuales eran permanentes. Tres programas fueron repetidos más de una vez durante esa semana. No se tomaron en cuenta para el análisis los espacios en donde los locutores presentan música; aunque se trata de momentos en los que también hay un trabajo especializado de programación musical, no son programas como tales, sino transcurros en los que se presenta la música y se hacen breves comentarios.⁹⁵ Tampoco se analizó el programa “La Hora Nacional”, porque es una producción externa a la emisora. En el caso de las cápsulas promocionales, no fueron de interés para el análisis, porque de igual modo son producciones que en su mayoría pertenecen a los tiempos oficiales; o bien, anuncian la programación. Por la misma razón, no se incluyó el espacio “Hoy en el 1060” que anuncia la cartelera de programación del día.

2) *Clasificación del corpus*—Después de delimitar el corpus, se hizo una primera clasificación de géneros en cuatro rubros, similar a como lo define Radio Educación; dentro de cada género, se hizo una división por temas:

a) *Cultural*—Son aquellos programas dedicados a la difusión de las bellas artes, del patrimonio cultural, y de manifestaciones locales cotidianas de los pueblos y la ciudad. Se dividieron los programas musicales y hablados y también se incluyeron los noticiarios culturales. En los programas musicales, a diferencia de los espacios musicales

⁹⁵ Estos espacios no son programas, sino espacios de música continua.

en donde sólo se presentan lapsos de música continua, sí hay explicación acerca de la música, se contextualiza, hay un presentador e incluso hasta invitados.

b) *Informativo y de asuntos públicos*⁹⁶—Se contemplan los noticiarios de información general y aquellas producciones dedicadas a los asuntos públicos. En los primeros, se tomaron en cuenta los noticiarios de información general, y en los segundos, a los programas de opinión y debate que discuten temas sobre política (electoral); temas generales sobre sociedad; género; salud, entre otros.

c) *Educativo*—En el capítulo segundo explicamos que son espacios cuyos tratamientos refuerzan la educación formal o discuten temas del sector educativo.⁹⁷ Apoyan el universo de temas que fomenten la reflexión y el cuestionamiento en la escucha sobre los contenidos escolares; el rendimiento educativo; asuntos de la familia que tengan que ver con la educación escolar y de orientación ciudadana.

Los *programas infantiles* se analizaron aparte, porque los formatos y la estructura de los contenidos, así como la audiencia, son diferentes al resto de la programación. Se consideró que dicha jerarquización facilitaría el análisis de la programación, porque permitía una mejor visualización de los géneros y de los contenidos temáticos de la misma. De tal manera, se clasificaron en programas infantiles que abordan los asuntos públicos; la difusión cultural, y la educación formal.

Enseguida presentamos el corpus de estudio, clasificado por género y temática:⁹⁸

⁹⁶ Al rubro de “programas Asuntos públicos”, Radio Educación les llama “programas de orientación”. Se decidió nombrarlo de manera diferente porque se considera que es una definición más específica.

⁹⁷ Hay otro tipo de espacios que se refieren a la *educación informal*, los cuales refuerzan la cultura cívica primordialmente. La mayor parte de estos programas los hemos clasificado como “cultural-informativo”.

⁹⁸ Cuadros de elaboración propia.

Corpus de investigación⁹⁹

Programa	Año de inicio	Género	Descripción del programa de la emisión analizada
1. Todo se escucha en silencio	1993	Cultural-musical	Contenido educativo sobre la cultura del jazz en general
2. El trovo y la versada	2005	Cultural-musical	Formas, estilos y composiciones de artistas bohemios pertenecientes al movimiento trovador latinoamericano
3. 1060 Posibilidades sonoras	2002	Cultural-musical	Contenido educativo y melodías de hitos musicales en todo el mundo
4. Miles Davis	2005	Cultural-musical	Cultura jazz; perfil biográfico de Miles Davis y melodías icónicas
5. Sonidos de la huasteca	1999	Cultural-musical	Piezas musicales regionales de la llamada zona huasteca del país.
6. Datos para una historia aún no escrita	1993	Cultural-musical	Una aproximación a la historia del jazz en México.
7. Laberinto	2005	Cultural-musical	Cultura rock; datos biográficos y canciones de grupos icónicos en todo el mundo
8. Pueblo en Patinetas	1996	Cultural-musical	Canciones y comentarios sobre rock, trova y cultura

⁹⁹ Aunque la programación de Radio Educación es más de corte generalista, hay algunos programas dirigidos específicamente para niños, jóvenes, mujeres, entre otros grupos sociales.

9. No hagan ruido	1989	Cultural-musical	Entrevistas, piezas, comentarios y cultura general sobre música clásica
10. Voces	2005	Cultural-musical	Multiculturalidad; influencia musical de civilizaciones globales en Latinoamérica
11. Raíz grabada	2002	Cultural-musical	Sones regionales de México; comentarios técnicos y culturales
12. Por sus obras los conoceréis	1995	Cultural-musical	Mundo del blues; comentarios e interpretaciones sobre melodías
13. El chahuiztle	1990	Cultural-musical	Música regional mexicana, cantada en lenguas autóctonas
14. El lenguaje secreto del sonido	2005	Cultural-musical	<i>World Music</i> (Tribus de África)
15. ¿Quién canta?	1987	Cultural-musical	Programa musical conducido por Cruz Mejía; trata temas de música popular mexicana.
16. Conciertos sinfónicos	1971 ¹⁰⁰	Cultural-musical	Conciertos sinfónicos
17. Orquesta Sinfónica Nacional	1972 ¹⁰¹	Cultural-musical	Concierto de la Orquesta Sinfónica Nacional
18. El arte de escuchar el radioarte	2001	Cultural musical (Radioarte)	Pieza de radioarte sobre Finlandia; comparte sonidos de aquel país en una estructura narrativa.

¹⁰⁰ Orquesta de Cámara del Centro Libanés (3/06/1971); Orquesta Clásica de Praga (06/06/1973); EM 039 Orquesta Sinfónica de Londres (1976).

¹⁰¹ 1972, en la serie “El espectáculo musical de la semana”; 1976, en la colección OSN.

19. El cuento corto	1983	Cultural-informativo	Cuentos cortos, relatados al aire
20. Tiritas de poesía	2005	Cultural-informativo	Lectura de poemas al aire y comentarios referentes a ello
21. El Cervantino al aire... al aire el Cervantino	1998	Cultural-informativo	Crónica de las actividades generales del festival cultural Cervantino
22. Su casa y otros viajes	1994	Cultural-informativo	Noticiero general de las actividades culturales de la Ciudad de México y alrededores
23. Vida al aire	2005	Cultural-informativo	Perfil autobiográfico de personalidades en las artes en general
24. En el fondo somos así	2001	Cultural-informativo	Programa de entrevista, donde se intenta indagar el perfil creativo de sus entrevistados
25. Territorios del arte contemporáneo	2005	Cultural-informativo	Comentarios técnicos, históricos y críticos sobre arte contemporáneo en general
26. Mi otro yo	1999	Cultural-informativo	Programa de entrevista; música, poesía y literatura propios y predilectos de los entrevistados
27. Gente de cine	1997	Cultural-informativo	Cultura del cine; información referente a escritores, realizadores, actores, productores, directores y público cinéfilo
28. Fonemas y dilemas	2004	Cultural-informativo	Distinciones peculiares y particulares del idioma español

29. Redes; tierra adentro	2005	Cultural-informativo	Perfil biográfico de personajes históricos
30. Aquí estamos los pueblos indígenas de México	2005	Cultural-informativo	Perfil histórico de culturas prehispánicas mexicanas
31. Al rojo vivo	2005	Cultural-informativo	Perfil histórico de culturas prehispánicas mexicanas
32. De domingo a domingo	2004	Cultural-informativo	Guía noticiosa de las actividades culturales de la Ciudad de México
33. Desde la pluma del ganso	-- ¹⁰²	Cultural-informativo	Discusiones sobre diversos temas de la literatura en México y en el mundo
34. Entrecruzamientos	1994	Cultural-informativo	Entrevistas a artistas e intelectuales con 30 minutos de duración.
35. Comentarios culturales	1986 ¹⁰³	Cultural-informativo	Comentarios sobre diversos temas de la cultura
36. Tiempo y Espacio	1994	Cultural-informativo	Noticiero informativo sobre la cartelera cultural de la ciudad de México; se trasmite después del noticiero cultural, “Su casa y otros viajes”
37. Así asesinaron a Trotsky	2005	Cultural-informativo (Radiodrama)	Radiodrama que cuenta la vida de León Trotsky
38. En el ruedo	2005	Asuntos públicos-política	Comentarios políticos y sociales sobre México y el mundo

¹⁰² No hay registro de grabaciones en archivo. Fuente: Fonoteca de Radio Educación.

¹⁰³ El primer registro de “Comentarios culturales” data de 1986. Fuente: Fonoteca de Radio Educación.

39. Política en plural	2004	Asuntos públicos-política	Comentarios políticos y sociales sobre el contexto mexicano, con un enfoque plural
40. Punto de encuentro	2004	Asuntos públicos-política	Debate y crítica en asuntos políticos y sociales del momento
41. IFE	1991 ¹⁰⁴	Asuntos públicos-política	Programa que informa y debate acerca de distintos temas sobre política electoral y partidos políticos.
42. El fin justifica a los medios	1989	Asuntos públicos-sociedad	Revista al aire sobre expresiones mediáticas-sociales contemporáneas
43. Fronteras	2005	Asuntos públicos-sociedad	Debate sobre historia, sociedad y cultura en contextos globales así como su relación con la sociedad mexicana
44. Relieves	1990	Asuntos públicos-sociedad	Reflexión y análisis en temas sociales contemporáneos
45. Pantalla de cristal	2005	Asuntos públicos-sociedad	Charla y debate con especialistas en temas de comunicación audiovisual
46. Iguales pero diferentes	2005	Asuntos públicos-sociedad	Revista representativa de casos icónicos, que aboga por la igualdad social
47. Caja de cristal	2004	Asuntos públicos-sociedad	Espacio informativo sobre acceso a la información y transparencia

¹⁰⁴ Se encontraron varios registros de esta coproducción. La primera data de 1991. Fuente: Fonoteca de Radio Educación.

48. Del campo y de la ciudad	1989	Asuntos públicos-sociedad	Programa de opinión que trata diversos temas relacionados con los indígenas, vida en el campo y migración rural a la ciudad.
49. Irradiando; mujeres interactivas	2005	Asuntos públicos-género	Revista informativa sobre igualdad y derechos de género
50. Visor femenino	2002	Asuntos públicos-género	Espacio informativo y de análisis en temas contemporáneos que atañen a la igualdad y derechos de género
51. K Cuerpo	2005	Asuntos públicos-salud	Charla con especialistas médicos en prevención de enfermedades generales
52. Salud k cuenta	2005	Asuntos públicos-salud	Reportajes especiales sobre temas de salud
53. Sexualidad en tu propia voz	1997	Asuntos públicos-salud	Charlas sobre temas de sexualidad dirigido a jóvenes
54. Adicciones	2005	Asuntos públicos-salud	Reportajes en temas de adicciones y drogadicción en general
55. Hispanorama	2003	Asuntos públicos-informativos	Reportaje sobre asuntos innovadores en salud
56. La hora del conecte	2005	Educativo	Serie literaria de narración de cuentos recomendados para adolescentes
57. Notisep	2005	Educativo	Espacio informativo sobre asuntos de educación en general
58. Imagen y pedagogía	2005	Educativo	Serie reflexiva sobre el uso de

			la imagen en el aula, los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías de la información en la educación básica y normal
59. L'affaire de cofret	2005	Educativo	Curso al aire de aprendizaje del idioma francés
60. Gramática inolvidable	2000	Educativo	Tema que discute y enseña sobre asuntos de la Lengua como dudas ortográficas y gramaticales.
61. Cuéntanoslo todo	2003	Infantil-cultural informativo	Reflexión en temas propuestos por niños, desde su experiencia real o imaginativa
62. ¡Ponte las pilas y muévete!	2002	Infantil-cultural informativo	Programa dedicado a difundir la cartelera infantil cultural de la ciudad de México
63. De puntitas	1983	Infantil-cultural informativo	Espacio infantil; música y narración de relatos regionales mexicanos
64. Alas y raíces (La voz de los niños de México)	2005	Infantil-cultural informativo	Espacio de entrevista; intenta dar voz a la infancia, con un que pluricultural
65. Rinocenzontle	2005	Infantil-cultural musical	Programa de musical infantil (producido por Radio Ombligo); tocan música para niños y los conductores amenizan y le dan continuación a la música
66. Construyamos la paz	2003	Infantil-asuntos públicos	Espacio reflexivo en temas de paz, no violencia y resolución de conflictos con un enfoque

			infantil
67. Circo, maroma y libros	1991	Infantil-educativo	Narración de cuentos infantiles publicados para la Dirección General de Publicaciones del CONACULTA
68. Pulso De la mañana (L a V) De la tarde (L a V) De la noche (L a V) Sabatino Dominical	1989	Informativo	Noticiero nacional e internacional con tres emisiones al día.
69. BBC Enlace	2001	Informativo	Noticiero internacional producido por la BBC.
70. Enfoque	2001	Informativo	Noticiero internacional especializado en asuntos públicos del mundo producido por la BBC
71. Servicio noticioso de Radio Francia Internacional	2001	Informativo	Noticiero internacional producido por Radio Francia Internacional

Corpus de investigación clasificado por temas

Índice de temas	Número de programas por tema por semana	Porcentaje por tema a la semana
Información cultural	7	10
Entrevista de perfil	6	8
Política	5	7
Información general	4	6
Música folclórica nacional	4	6
Música clásica	3	4
Lengua	3	4
Indígenas	3	4
Medios de comunicación	3	4
Salud	3	4
Música de Jazz	2	3
Literatura	2	3
Música folclórica internacional	2	3
Rock	2	3
Poesía	2	3
Discriminación	2	3
Género	2	3
Educación	2	3
Música hispanoamericana	1	1
Trova	1	1
Blues	1	1
<i>World Music</i>	1	1
Radioarte	1	1
Arte contemporáneo	1	1
Cine	1	1

Violencia social	1	1
Asuntos rurales	1	1
Asuntos urbanos	1	1
Sexualidad	1	1
Tecno-ciencia	1	1
Cultura de paz	1	1
Música infantil	1	1
Universo de programas	72	100

3) *Análisis estadístico del corpus*—La sistematización, por sí misma, arrojó los primeros resultados empíricos sobre la distribución porcentual programática, la cual se ordenó en cuatro géneros como se muestra en la siguiente tabla: cultural; información y asuntos públicos; educativo, e infantil.

Distribución estadística de la programación¹⁰⁵

Género	Número de programas	Porcentaje
Cultural ¹⁰⁶	39	54%
Informativo y asuntos públicos	22	31%
Infantil ¹⁰⁷	6	8%
Educativo	5	7%
Total	72	100%

4) *Identificar la dimensión del corpus y clasificar las categorías*—La siguiente etapa consistió en ordenar las categorías de análisis que facilitarían el estudio de la programación. Las categorías fueron tomadas de la definición de servicio público propuesta en el capítulo segundo. Como dijimos, del corpus, se desagregó una dimensión—*utilidad social de los contenidos*—y cuatro categorías que utilizaremos en

¹⁰⁵ Cuadro de elaboración propia.

¹⁰⁶ En cultural también se englobó a Radioarte y Radiodrama.

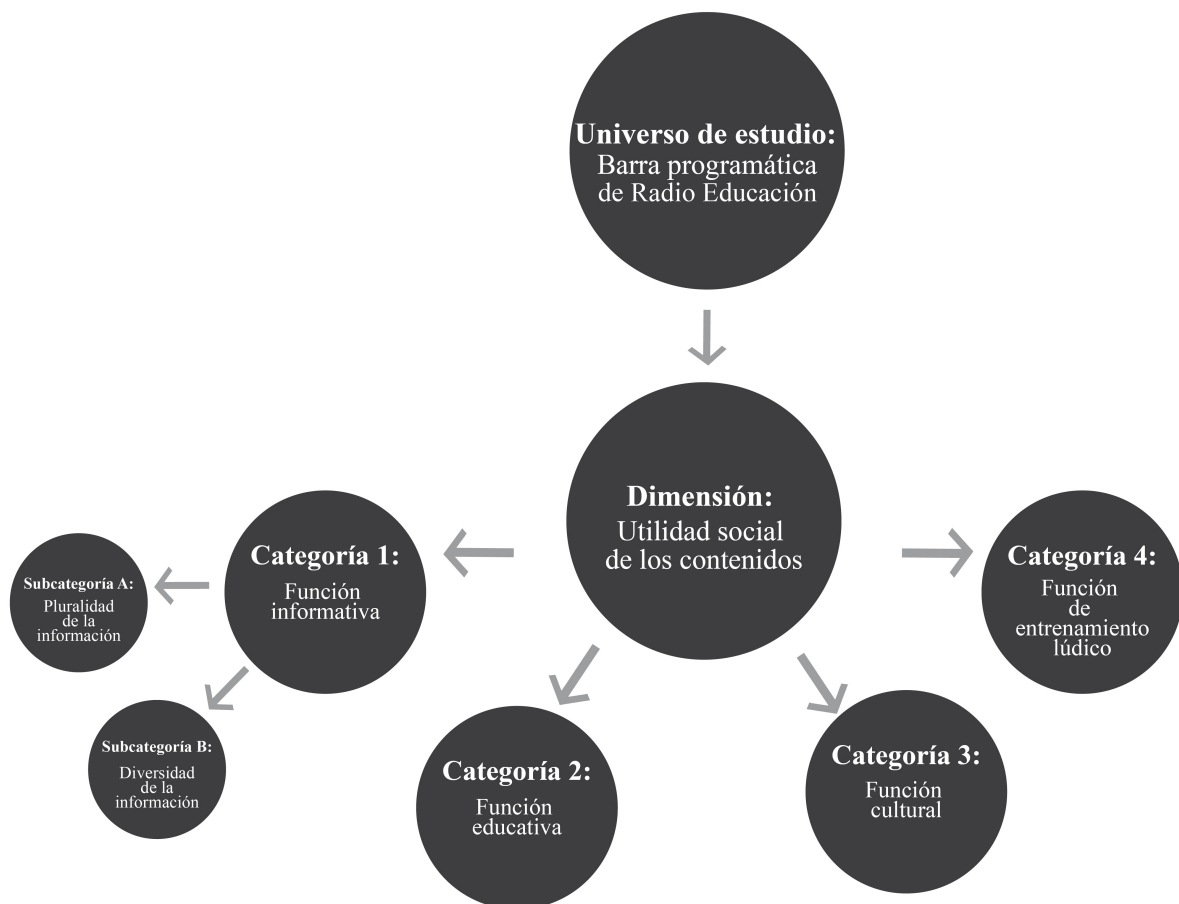
¹⁰⁷ Como se mencionó, los programas infantiles no son un género, pero en la clasificación los incluimos dentro de la tabla para que se pueda apreciar de mejor manera la distribución estadística de la programación.

este trabajo—*función informativa, función educativa, función cultural, función de entretenimiento lúdico*—.

La *función informativa* únicamente se dividió en dos subcategorías: *pluralidad de la información* y *diversidad de la información*.¹⁰⁸

Las *categorías* se midieron de dos formas: a) Estadística descriptiva—esta herramienta ayudó a obtener resultados preliminares sobre la frecuencia de cada uno de los géneros programáticos en la barra semanal; asimismo, permitió evaluar si la manera en que se auto describe la emisora tiene que ver con los tipos de contenidos que programa. b) La realización de preguntas abiertas a informantes clave, con cuestionarios semiestructurados que pudieran evaluar indicadores específicos. El siguiente cuadro sintetiza la clasificación realizada en el trabajo de campo:¹⁰⁹

Estrategia metodológica



Utilidad Social de los Contenidos¹¹⁰
<ul style="list-style-type: none"> • Categoría 1: Función informativa <p>Indicadores de medición—Los contenidos y la programación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promueven el derecho a la comunicación y la libertad de expresión que tienen los ciudadanos. • Comunican asuntos públicos a los ciudadanos, en cuanto a educación, salud, cultura, ciencia e información que ocurre a nivel mundial y local. • Toman en cuenta punto de vista del ciudadano; se diseñan con base en la expresión plural de la diversidad que constituye la nación. • Buscan creatividad en nuevos formatos. • Atienden la demanda de públicos minoritarios y mayoritarios. • Difunden la información con apego a prácticas de independencia editorial.
<ul style="list-style-type: none"> ○ Subcategoría a) Pluralidad de la información <p>Indicadores de medición—Los contenidos y la programación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tienen como objetivo reflejar los diferentes mundos de vida de los ciudadanos, así como sus perspectivas políticas y culturales sobre asuntos sociales. ▪ Buscan hacer visibles intereses sociales y políticos de grupos minoritarios. ▪ Ayudan a favorecer la heterogeneidad de opiniones, posiciones y procesos de construcción cultural autónomos. ▪ Son reflejo de las diversas visiones de lo local, regional, nacional y supranacional.
<ul style="list-style-type: none"> ○ Subcategoría b) Diversidad de la información <p>Indicadores de medición—Los contenidos y la programación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscan representar la multiplicidad de sectores de un país, al incluir a los más vulnerables y minoritarios: niñas, niños, indígenas, etc. ▪ Intentan promover la libre expresión del descontento o el disenso. ▪ Narran las vidas de los diferentes grupos sociales de una nación, en cuanto a características culturales como religión, costumbres, lenguaje, educación y condición económica. ▪ Narran con claridad el contexto económico, político y social de la región para que sea entendido por personas con baja escolaridad. ▪ Intentan mostrar corrientes políticas, religiosas o filosóficas vigentes en la sociedad. ▪ Tienen la intención de reconocer las vidas de los ciudadanos. ▪ Contribuyen a prevenir estereotipos y prejuicios, ya sean de clase social, pertenencia étnica o cualquier otra índole. ▪ Buscan vincular a organizaciones que atienden cuestiones de diversidad.
<ul style="list-style-type: none"> • Categoría 2: Función educativa <p>Indicadores de medición—Los contenidos y la programación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tienen la intención de fomentar la educación formal y no formal (al ilustrar el

¹¹⁰ Cuadro de elaboración propia.

<p>aprendizaje de la cultura general).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tienen el objetivo de ayudar a fortalecer el autoestima de los escuchas por medio de la participación, reflexión, reconocimiento a sus experiencias de vida, etc. • Mediante las narrativas tienen el objetivo de ayudar a los escuchas a enfrentar los problemas y carencias de la vida cotidiana en el hogar (salud, rendimiento escolar, drogas, delincuencia, violencia familiar, calidad en la relación afectiva, etc.). • Tienen la intención de despertar la reflexión y el cuestionamiento del escucha.
<ul style="list-style-type: none"> • Categoría 3: Función cultural <p>Indicadores de medición—Los contenidos y la programación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscan mediante sus narrativas enriquecer el bagaje cultural del público. • Tienen la intención de construir y promover la identidad nacional; justicia e igualdad social; tolerancia; diversidad cultural; cuidado del medio ambiente; protección a la niñez y la tercera edad, mujeres y otros grupos vulnerables. • Buscan mediante sus narrativas integrar la fragmentada vida urbana, a través de imágenes que sean capaces de articular estética, conocimiento y disfrute de la vida. • Intentan contribuir a la alfabetización de la sociedad en los nuevos lenguajes y escrituras audiovisuales. • Tienen la intención de ayudar a mejorar la calidad de vida por medio de competitividad, profesionalismo, innovación e impacto social.
<ul style="list-style-type: none"> • Categoría 4: Función de entretenimiento lúdico <p>Indicadores de medición—Los contenidos y la programación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mediante las narrativas (culturales, informativas, musicales y artísticas) tienen el objetivo de construir vínculos afectivos con otros individuos que compartan similares problemas cotidianos y diferentes modos de vida. • Realizan estrategias de programación que fomenten la cultura, educación y la discusión de asuntos públicos. • Apelan a valores cívicos y respeto a los derechos de los escuchas (humanos, de género, entre otros). • Contienen narrativas que facilitan la claridad y explicación de los datos. • Tienen la intención de motivar a que la audiencia mantenga el interés de la narración y en los programas musicales y culturales, como el radioarte. • Buscan generar un sentimiento de gratificación y orgullo en la audiencia. • Intentan ayudar a ser satisfactores (informativos, musicales, culturales) útiles y aportadores para la vida cotidiana de los escuchas. • Relacionan a diferentes actores sociales dentro de su estructura narrativa cultural, musical e informativa).

5) *Medición de la utilidad social de los contenidos*—Para evaluar la función social se realizó un trabajo descriptivo de la programación a partir de la clasificación de datos. Para ordenar la información y responder a nuestra pregunta, primero se evaluaron las *funciones sociales* de la programación (ver cuadro anterior). Como ya se dijo, los programas infantiles se analizaron de manera independiente, porque tienen otro lenguaje y formato, y el escucha-meta es diferente. Para evaluar este punto, también se tomó en

cuenta la articulación y estabilidad de las producciones en la barra programática, porque un programa es también pertinente en proporción al conjunto de la programación y con base en el tiempo que éste lleve al aire en la emisora.

El análisis descriptivo de las funciones sociales de la programación se comparó con la información obtenida a partir de las entrevistas hechas a realizadores de la estación con el fin de contrastar información obtenida por ambos métodos.

Tercer periodo de estudio: Trabajo cualitativo/interpretativo.—El trabajo descriptivo de la programación se fue tejiendo mediante entrevistas a los realizadores y algunos responsables de la programación y producción. La mayoría de las entrevistas fueron semiestructuradas, lo cual permitió la obtención de datos por parte de los entrevistados de manera dinámica y el fácil acceso a conversaciones cuya información apuntara al objetivo de la investigación.

Como afirma Cornejo, la *entrevista semiestructurada* es un instrumento cualitativo que “puede desarrollar encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y los informantes, dirigidos a la comprensión de la perspectiva que tienen estos últimos respecto a sus experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras” (Cornejo, 2007: 199). Se trata de una técnica que intenta incluir a los actores sociales en la comprensión de un objeto de estudio.

Ya se explicó que la información obtenida por estos informantes nos serviría para conocer cómo participan en las actividades de la emisora y contribuyen a producir *contenidos de utilidad social*, ya que la *utilidad social* es una noción que se constituye en un referente simbólico presente en los realizadores y quienes laboran en Radio Educación.

También, como ya se mencionó, en este trabajo estudiamos al servicio público desde la perspectiva del programador o productor y no desde la audiencia. La elaboración del trabajo cualitativo/interpretativo se desarrolló en diferentes pasos:

Diseño de las entrevistas—Las entrevistas a informantes clave se confeccionaron paulatinamente. Primero, mediante un estudio de observación para seleccionarlos; sus entrevistas disiparon dudas y proporcionaron sutilezas de información. La técnica de la entrevista fue de gran ayuda, porque, como lo mencionamos, al no haber una política de programación ni políticas institucionales definidas en la emisora, la directriz de los

contenidos la deciden en gran medida los realizadores de los programas y el director general. Ellos son los que llevan a la práctica conceptos abstractos como pluralidad o diversidad, y los que crean los mecanismos de participación. En estos trabajadores recae también el peso del compromiso social de la emisora y de establecer los vínculos con la sociedad, entre otros aspectos. Por eso consideramos necesario analizar su discurso y su propia interpretación de la noción servicio público mediante testimonios. Asimismo, era importante conocer sobre los problemas que se enfrentan cotidianamente en el proceso de realización y queríamos saber de cuáles características estaba hecho ese proceso. Por ejemplo, cómo deciden a quién le hablan cuando no hay estudios de audiencia o cómo deciden los mecanismos de retroalimentación de la misma.¹¹¹

Los entrevistados fueron escrutados de acuerdo a su papel estratégico en la emisora como productores, colaboradores o directivos de Radio Educación durante octubre de 2005. Se buscó una muestra por saturación. En total fueron ocho entrevistados con la mayoría de los cuales se conversó en más de una ocasión. Cinco de ellos eran productores, tres de los cuales eran encargados de un área de producción en la emisora durante el 2005; dos eran coordinadores de producción, y uno editor. No se tomó en cuenta la edad, el género y profesión; tampoco su antigüedad en la emisora porque no los consideramos indicadores importantes para el análisis, aunque seis de los ocho entrevistados tenía una antigüedad de más de diez años. El único requisito es que hubieran trabajado en la estación durante octubre de 2005.

Las entrevistas se llevaron a cabo en tres momentos. La primera etapa de contacto con los entrevistados fue durante la fase exploratoria de esta investigación. La segunda cuando hicimos un acercamiento más profundo al estudio de campo entre octubre de 2008 a enero de 2009. En esta etapa los cuestionarios fueron más estructurados porque era el momento en que buscábamos información más precisa sobre cómo la emisora reflejaba las funciones y principios del servicio público. Los cuestionarios se hicieron a partir de indicadores obtenidos a partir de la definición de servicio público de radio que se expuso en el segundo capítulo.

Ahí se identificaron *indicadores* que conceptualizaban a cada una de las funciones de los contenidos (información; educación; cultura; entretenimiento; pluralidad de la

¹¹¹ Sólo hay estudios sindicados de audiencia, pero no llevados a cabo por la emisora.

información; diversidad de la información; participación; etc.). Estos *indicadores* se transformaron en preguntas de *cuestionarios*. Por ejemplo, para la subcategoría de pluralidad de la información revisamos su definición; luego identificamos los indicadores que lo caracterizan; cada indicador se convirtió en una o varias preguntas.

Ordenamos los cuestionarios en distintos bloques temáticos:

- Datos biográficos y profesionales
- Concepto de servicio público
- Función social de los contenidos: función cultural; educación; información; entretenimiento
- Funciones sociales en los contenidos de la programación infantil
- Características de lo público en los contenidos: pluralidad; diversidad; participación; autonomía editorial
- Cualidades de los contenidos
- Valores sociales de los contenidos
- Articulación y estabilidad en la barra programática
- Proceso de producción y elaboración de guiones
- Relación con la sociedad: audiencia; compromiso social de los realizadores y la emisora
- Políticas institucionales: capacitación; políticas de programación; política editorial; estructura laboral; asignación de recursos y producciones

Un tercer momento consistió en encuentros sólo con algunos entrevistados, los cuales podían proporcionar información más específica. Una ventaja de trabajar con una muestra relativamente pequeña ayudó a aproximarnos al campo mediante entrevistas semiestructuradas y a acercarnos a los informantes de manera flexible cada vez que necesitábamos ciertos datos o ampliar nuestra perspectiva. Incluso nos sirvió para contrastar lo que los realizadores decían con la forma en que producían en las cabinas. Aquí la técnica de la observación nos ofreció datos relevantes.

Cuarto periodo de estudio: Cruzamiento de datos descriptivos y cualitativos.—Tras haber realizado el análisis cualitativo de las características que fomentan los contenidos de Radio Educación, fue necesario regresar a un cuarto periodo de estudio de campo en el cual se contrastaran los argumentos provistos por los

entrevistados con datos estadísticos encontrados en la programación. Se buscaban dos cosas primordialmente:

a) Medir con datos estadísticos los grupos sociales y las instituciones más representados en los programas nos permitiría ayudar a medir los sectores de la población que participan en la programación. Asimismo, este trabajo estadístico permitió conocer las formas de participación de la audiencia y detectar cuáles son los valores sociales más referidos en los contenidos del corpus.

b) Contrastar los resultados estadísticos con los argumentos proporcionados por los entrevistados evitó basarse solamente en las interpretaciones hechas por los realizadores de los programas. Este periodo se desarrolló entre diciembre de 2009 y enero de 2010.

Los resultados estadísticos brindan descripciones parciales de la información obtenida; pero, a partir de ellos, no se puede evaluar las cualidades de la información, de la función educativa, cultural o de entretenimiento.

La explicación de esta estrategia metodológica fue necesaria para construir un corpus que proveyera herramientas para analizar de manera más concreta las funciones que desarrolla la emisora relacionadas con la producción y difusión de contenidos.

4.3 Los principios y las funciones sociales del servicio público en Radio Educación

4.3.1 La noción de servicio público en el imaginario social de los realizadores

Como ya se ha discutido antes en este trabajo, la identidad de un medio se refleja en la conformación de la significación social de su discurso; por ello, de acuerdo con la metodología propuesta, en este apartado expondremos los resultados de las entrevistas llevadas a cabo con realizadores de Radio Educación.¹¹² En específico nos interesó conocer cómo ellos conceptualizaban la noción de servicio público y cómo ésta se representaba a través de sus experiencias en las actividades cotidianas de la emisora.

Cuando se les pregunta a los realizadores si Radio Educación es un medio de servicio público, inmediatamente lo relacionan con cinco cuestiones: el hecho de diferenciarse con la oferta y contenidos de los medios comerciales; la orientación de los contenidos hacia el interés público y la utilidad social; la cimentación del perfil cultural

¹¹² Recordemos que la mayor parte de las entrevistas se llevaron a cabo entre el 2008-2009.

de la programación; la construcción histórica de un discurso propio en la emisora; la apertura de la emisora a la digitalización e innovación tecnológica, y la reglamentación que ellos mismos han creado para operar.

Antonio Calderón, coordinador de producción, relaciona esta noción principalmente con el perfil de los contenidos, y no con otros principios como la autonomía económica y política de la emisora o la universalidad, por mencionar algunos. Esto es interesante, ya que a lo largo de este trabajo se ha dicho que los principios de la radio son justo estos anteriores mencionados por Calderón y otros más como la independencia editorial o la participación; pero estos aspectos no parecen ser los más importantes para los realizadores de la emisora. Para ellos, el valor de lo público se encuentra sobre todo en el desarrollo de los contenidos:

Radio Educación es una emisora de servicio público, ya que los contenidos que produce y transmite no están orientados por un interés comercial, se basan en la información de interés público y en objetivos educativos y culturales. Radio Educación no basa su éxito en medidas de rating si no en el servicio y orientación que pueda proveer a sus oyentes a través de sus programas (Calderón, 2008).

Este testimonio apunta a dos aspectos fundamentales del servicio público. En primer lugar, el quehacer cotidiano de la emisora se relaciona con el *interés público*, concepto que, como lo hemos estudiado aquí, tiene que ver con la manera en que los contenidos informativos, culturales y sociales benefician a los distintos grupos de una sociedad. Desde esta perspectiva, los realizadores buscan proveer insumos de información útiles para sus audiencias. En segundo, se hace una diferencia con lo comercial, con el *no lucro*, elemento que, en el segundo capítulo se explicó, era fundamental para definir al servicio público. Es interesante resaltar que estos dos factores están presentes en los modelos de radio pública en el mundo que igualmente aquí se han revisado.

Los realizadores identifican más el perfil de la emisora más con la *función cultural* que con la educativa; esto, según Calderón, se ve reflejado en la programación que ha desarrollado la radiodifusora a través de los años:

Radio Educación se ha hecho una radio más cultural—en el amplio sentido—porque hay una carencia por parte de la emisora como radiodifusora educativa. No hay una política que una el trabajo de Radio Educación con el sector educativo. Radio Educación está sectorizada a la SEP, pero sólo por nombre. Parece que está desarticulado en la realidad.

Por tal motivo, ha visto otros horizontes de programación y los ha encontrado en lo cultural (Calderón, 2008).

En el capítulo tercero, se explicaron las razones por las cuales Radio Educación se inclinó a desarrollar un perfil más cultural. Fue parte de una dinámica que se cimentó desde sus inicios y que fue impulsada por los primeros directores y realizadores de la emisora en los años setenta. Es un perfil que, como se verá más adelante, trata de identificarse con la promoción de la identidad nacional; justicia; igualdad social; tolerancia, y otros conceptos que no sólo se identifican con la difusión de las bellas artes, sino que además apoyan el rendimiento escolar y los valores cívicos y sociales, así como otras expresiones de la cultura.

Pero también Calderón (2008) reconoce que, en la historia de Radio Educación, la programación de la emisora ha sido más cultural que educativa por una razón conceptual: “En todo este proceso de comunicación, es muy difícil que los programas sean educativos. Los pueden ser de partida, pero en el proceso de comunicación existe la socialización del conocimiento y ahí deja de ser educativa solamente” (Calderón, 2008). Sin embargo, Calderón matiza su apreciación y dice que se tiene que regresar a la vocación educativa, la cual es el punto de partida de la emisora.

La percepción anterior se respalda con el análisis de programación que mostraremos más adelante; ahí se podrá observar que el 52 por ciento de la programación está dedicada a contenidos culturales, mientras que el 7 por ciento a aquellos educativos.

Esto muy probablemente se explica porque, de acuerdo con el mismo entrevistado, la función educativa no se ve como un componente para fortalecer la educación formal, sino se entiende como educación cívica o pedagogía social; es un atributo de la emisora el entender la educación desde una perspectiva más holística. Al respecto dice Calderón:

La cápsula ‘Irradiando; mujeres interactivas’ refuerza la legitimidad social de la emisora al dotarle a la gente de información sobre salud reproductiva, cáncer o qué servicios le puede proporcionar el Estado para tratarse, qué hacer o no hacer en caso de violencia intrafamiliar... Además se busca que haya cupones especiales para servicios de salud (Calderón, 2008).

Para el investigador estadounidense James Lull, este tipo de educación en los medios provee de recursos a la mujer para intervenir en el mundo, influenciar las realidades políticas e ideológicas que las confrontan y contribuye a mejorar la vida

social. Es una educación que cuenta con recursos simbólicos, está más disponible para la gente y es poderosa (Lull, 2007).

La función educativa en Radio Educación va definitivamente de la mano con la función cultural y parece ejercer otras tareas más allá de fungir como un apoyo a la educación escolar, pues las emisiones pretenden mejorar la calidad de vida de los radioescuchas. Esta noción es justamente la que sistemas de radio pública en otras regiones del mundo, como las que revisamos en el capítulo segundo, han tratado de modelar en sus emisiones. En el mismo apartado mencionamos cómo Valerio Fuenzalida ha sido uno de los autores latinoamericanos quien ha definido el deber ser de los programas educativos como aquellos que contribuyen a enfrentar “los problemas y carencias de la vida cotidiana en el hogar” (Fuenzalida, 2000: 111). Para Fuenzalida, los contenidos educativos tienen que ser lúdicos – incluso festivos; no sólo deben reforzar la enseñanza escolar, sino que deben ser críticos y ayudar a ampliar la visión del mundo de los radioescuchas.

Para Calderón, este esfuerzo se refleja en la planeación de la producción de los programas de Radio Educación; los realizadores usualmente piensan en los valores que se van a discutir en los contenidos, aunque reconoce que se necesita ampliar la gama de valores a tratarse en los programas, sobre todo aquéllos como honestidad, trabajo o la salud relacionada con el deporte:

Por la misma naturaleza de los programas y la definición de los proyectos, aunque a veces se olvide en el camino, siempre se piensa en los valores se van a tejer. En series de 52 programas, no hay mayor idea de lo que harás en el programa 25, pero sí se toman en cuenta los valores y esto trasciende (Calderón, 2008).

Es cierto que falta ampliar la gama de valores a tratarse en los programas porque contribuye a fortalecer nociones como la identidad y cultura, lo cual es uno de los mayores propósitos de Radio Educación. Pero también es pertinente reconocer que la emisora produce programas como “ProSol”, en los cuales se discute el valor del trabajo en las cooperativas y en el llamado tercer sector (las ONG’s).

Desde los comienzos de la emisora, la función cultural se ha fortalecido desde la diversidad de programación musical, la cual es muy especializada y variada debido en parte por la profesionalización de los ocho programadores. Según Calderón (2008), la música tiene un lugar preponderante en la programación, ya que existe una oferta de

ritmos y estilos regionales de México y el mundo, y es música que poco se escuchada en otras emisoras estatales del país. El productor Daniel González concuerda en este punto con Calderón, y agrega que la emisora fue pionera y ha sido constante al promover la diversidad de estilos musicales:

Desde el punto de vista cultural y musical, Radio Educación fue plural y multiétnica, mucho tiempo antes de que se hablará incluso de *World Music*. Dado que Julio Estrada fue también director de la emisora; ello garantizó que la música de vanguardia del siglo XX encontrara mejor cobijo aquí que en *Radio UNAM* o la otrora *XELA* (González 2008).

No cabe duda que Radio Educación es una de las estaciones con mayor variedad de música en el cuadrante, pero esto no quiere decir que la música sea totalmente diversa; existen aún algunos ritmos de música popular que no se escuchan en la estación y es notorio, a simple vista, que la mayor parte de la programación musical sigue favoreciendo la alta cultura.

Otra de las formas mediante la cual se ha fortalecido la programación cultural de la emisora, es a través de la información que se provee sobre las actividades culturales en la zona metropolitana. “Tu casa y otros viajes” es probablemente el único noticiario en el país que ha sido referente en el ámbito de la cultura por varias décadas, y es de los pocos informativos dentro de los medios estatales y culturales que dedica un espacio específico para difundir este tipo de eventos culturales. Cabe mencionar que, de acuerdo con nuestros entrevistados, “Tu casa y otros viajes” es escuchado por personalidades muy influyentes en el ámbito de la cultura nacional, y es una de las maneras más efectivas por la cual los ciudadanos se pueden enterar de la vida cultural en la ciudad de México.

Empero, si bien el programa ha sido importante para la vida cultural de la zona metropolitana, para varios de los entrevistados, como Calderón (2009), el término de cultura parece ser atender más a la llamada “alta cultura” que a manifestaciones de la cultura cotidiana o alternativa.

Aparte de “Tu casa y otros viajes”, Radio Educación fortaleció su programación cultural con la experimentación de géneros como el radioarte, las nuevas narrativas de producción dramática y, en opinión de Perla Rodríguez (2009), subdirectora de producción y programación, con ello se amplió el espectro de pluralidad en la estación, al contar con la visita de productores extranjeros que trabajaron con realizadores nacionales.

La introducción del radioarte en Radio Educación ha sido sin duda una contribución de la administración de Lidia Camacho al haberse convertido en un nuevo género de producción en la emisora. Como se estudió en el capítulo tercero, este género fue impulsado por Camacho y ha sido referencia para otras radiodifusoras como Radio UNAM, Radio Ibero y Opus 94. Para Daniel González (2008), productor en la emisora, incluso considera que ha ayudado a diversificar los contenidos y formatos:

Durante cinco años participé, primero, en la redacción de los guiones y, después, conduje ‘El arte de escuchar el radioarte’, creado por la entonces directora Lidia Camacho, el programa se dedicó a difundir este género radiofónico de vieja historia en todas sus modalidades (poesía sonora, paisaje sonoro, Hörspiel, instalación sonora, etc.)... Infinidad de obras se transmitieron semana a semana todos los miércoles. Se entrevistaron a personajes esenciales, se dio espacio a lo que en México y Latinoamérica se hace al respecto (González, 2008).

Sin embargo, de acuerdo con González (2008), en ocasiones la programación, como es el caso de su programa “El arte de escuchar el radioarte”, no se socializaba adecuadamente, ya que no tenía una difusión apropiada:

El acervo de este programa, que contó siempre con una sólida investigación a cargo de Alfredo Ramírez y Sandra Vázquez, representa un caso único donde se presentaron obras completas de clásicos y contemporáneos, influencias y antecedentes. Pero como muchos otros programas de Radio Educación, quedan reducidos a un espacio en la bodega. Es interesante preguntarse por qué no ha hecho la estación *podcast* de sus múltiples y legendarias emisiones (González, 2008).

Queda claro que el radioarte ha sido impulsado por Radio Educación y se suma a las contribuciones de programación de la emisora; su formato aprovecha las ventajas de difusión del internet. Sin embargo, es un género cuya definición es en ocasiones ambigua; no todo lo que se juzga como radioarte tiene un lenguaje radiofónico. En opinión de González, el mejor término para definirlo es arte sonoro:

A pesar de estar delimitado a aquellas emisiones que aprovechan el lenguaje y la tecnología radiofónica para experimentar con los códigos sonoros (voces, ruidos, música), en muchos casos, se considera radioarte una pieza experimental por el simple hecho de haber sido encargada por una estación pública como *New American Radio* o alguna de las emisoras de la EBU a un compositor de prestigio ligado con la llamada música nueva. No todo lo que se juzga radioarte, como definición, fue hecho bajo las peculiaridades del lenguaje radiofónico y solamente se usó al medio como vehículo de transmisión. Prefiero, entonces, el término más genérico e inclusivo de arte sonoro, estrechamente ligado con las vanguardias pictóricas, literarias, cinematográficas y musicales del siglo XX. Ahora, el radioarte rebasa fronteras y antes que la tecnología radial, aprovecha el internet como medio de intercambio y de creación colectiva entre artistas que nunca se han visto (González, 2008).

No obstante los múltiples aciertos de la programación cultural, el dinamismo y muchas veces la calidad de los contenidos depende en gran parte de los recursos de producción; para Calderón, esto también obedece a las decisiones del productor y el diseño de programación que éste haga:

En producción cultural varía de programa en programa. En ‘Circo maroma y libros’ hay mucha voces y hay dirección de escena. Los recursos de producción son vastos. El problema es que los productores no dejan que otros espacios programáticos entren (Calderón, 2008).

Hay una razón más por la cual el perfil cultural de la emisora se robusteció durante este periodo: Carmen Limón, directora de producción y planeación, considera que tiene que ver con a la cercanía de Camacho con Bermúdez, directora del CONACULTA (Limón, 2008).

Lo anterior indica que, a pesar que se apoyó la programación cultural durante este periodo, se hizo de acuerdo con la visión y criterios del director en turno. No hubo una evaluación profunda de las necesidades de la audiencia o rol de la emisora en el contexto nacional. Pudo haber aciertos en esta programación, sin embargo se observan prácticas autoritarias y arbitrarias que limitan la función social de la emisora como radio estatal.

Para otros productores como Guadalupe Cortés (2009), la noción del servicio público está también ligada a la *construcción histórica de un discurso propio* de la emisora reflejado en la programación. Cortés (2009) dice que Enrique Atonal jugó un papel muy importante en contribuir a conformar un discurso propio de la emisora en sus actividades cotidianas; dice que él sentó las bases de la programación: principios y valores, y formó a una generación de productores jóvenes:

Los discursos están en las artes. Enrique reconstruye este discurso. Luis Echeverría promociona el discurso de que México es parte del Tercer mundo, y entonces Enrique dice: ‘La tercera posibilidad en la radio’. Él mete a Tito Vasconcelos, a María Eugenia Pulido. Genera las bases de lo que hoy es Radio Educación. Él integra el equipo que está hoy. Estaba Ortiz Padilla, que venían de la W. Mezcló la vieja experiencia en la producción. Esas voces elegantes con la frescura de las nuevas generaciones... (Cortés, 2009).

Desde entonces fue un discurso creativo y contestatario al contexto autoritario nacional y mundial, dice Cortés. Este discurso apelaba a la diversidad cultural y política, y reflejaba las nuevas conversaciones de la cultura en los contenidos tanto de la música, del arte y lo social; en él había un encuentro intergeneracional, el cual se veía reflejado en

la producción. La programación se fue construyendo con el principio de calidad en la producción:

Enrique Atonal pone las bases, las cuales no necesariamente empatan con la teoría jurídica; no son recetas, sino de principios y valores. Hay mucha información musical en esos momentos. Lo que nos influye es el ‘movimiento’. El cine ya no tiene que ver con Cantinflas sino con temas que tienen que ver con el cuerpo. La cultura es una transformación...

Enrique quiere que exploremos todo. Y de ahí se habla de todo, pero la regla es romper las reglas. La única regla que existe es calidad. Nos metemos con todo: música ranchera, huapangos, blues, etc., porque la cultura está en todos lados y hay que explorarlo.

Luis Echeverría llega al poder y quiere conquistar a todos y reconciliarse con todos. Es Latinoamérica de las dictaduras. Nos llega a todo: libertad, equidad, etc., cultura a través del movimiento (Cortés, 2009).

En efecto, la programación es el elemento nodal mediante el cual los realizadores relacionan a Radio Educación con la noción de servicio público. Para ellos, el concepto de una programación con *utilidad social* se ha ido construyendo desde los inicios de las transmisiones:

“Comenzaré por un lugar común”, dice González (2008): “Radio Educación es una estación histórica y legendaria que en más de un sentido inauguró muchos géneros y estilos que hoy escuchamos en el cuadrante. Sin duda ha cumplido cabalmente con los fines bajo los cuales fue creada” (González, 2008).

Lo anterior ayuda a entender que ha existido un esfuerzo constante por traducir los ideales de servicio público en la programación. Los contenidos de utilidad social son cruciales para una radio cuyo referente es el servicio público, ya que, como se mencionó en el capítulo segundo, de esta forma la estación pretende cumplir con su responsabilidad social y cultural, y con las funciones de informar, difundir la cultura, educar y entretener.

Justo desde esta visión es donde Radio Educación establece su principal compromiso y responsabilidad con la sociedad como medio estatal, el cual parece estar cimentando sus bases, especialmente las programáticas, como un medio que quiere ser de servicio público.

Pero es cierto también que estos contenidos tienen que renovarse para seguir siendo útiles a la sociedad. No pueden permanecer estáticos o inamovibles; deben renovarse con el tiempo y adaptarse a las nuevas necesidades sociales, político y culturales de la zona metropolitana y del país para poder seguir manteniendo un discurso autónomo y atractivo para la conformación de nuevas audiencias.

González (2008) consideraba en esos momentos que Radio Educación no podía vivir de los logros del pasado, sino que tenía que hacer una evaluación de su presente y situar sus perspectivas a futuro. González confiaba que el futuro de la emisora sería promisorio porque había hecho las adecuaciones tecnológicas digitales, lo que a su parecer le permitirá seguir experimentando e innovando.

Radio Educación es de las emisoras de AM que no tendrá problema alguno en transitar hacia la digitalización, pues fue la primera en hacer pruebas con la nueva tecnología, lo que confirmó, una vez más, su apertura para la innovación y la experimentación (González, 2008).

Los realizadores asocian el servicio público a la tecnología y no la ven como un elemento periférico. González parece no encontrar problemas con la adaptación tecnológica de la emisora ante los nuevos cambios; él más bien los halla en la diversificación de la programación:

La enorme diversificación que presenta hoy la radio mexicana ha relegado el papel de Radio Educación, que, por otro lado, no creo ha sido capaz de renovarse ni programática ni ideológicamente. El ánimo experimental que en la administración de Lidia Camacho buscó revivir con éxito un viejo camino para la estación, hoy está prácticamente muerto (González, 2008).

Es cierto, en ese momento para los realizadores el cambio tecnológico no significaba una barrera y veían con interés que éste podría beneficiar el desarrollo del servicio público en la emisora. Más allá de los deseos, había condiciones políticas y económicas para que esto ocurriera: Camacho tenía la visión de transmitir y no sólo producir vía digital. De acuerdo con los testimonios de los realizadores, la digitalización se pudo llevar a cabo, en parte, porque existía un trabajo cercano de la directora con el Gobierno federal y como una de las evidencias está el hecho que habían llevado a cabo las pruebas digitales en la emisora.

Al igual que González, Rodríguez (2009) considera que es inminente que Radio Educación se mantenga en la vanguardia tecnológica para poder seguir siendo una estación de servicio público, pues dice que además ésta tiene en puerta otros retos muy particulares:

Seguir fortaleciendo la programación con nuevas sonoridades; diversificar más la audiencia; exigir la generación de nuevos contenidos, nuevas propuestas y estrategias que ocupen las tecnologías de información y por supuesto de seguir pugnando por contenidos que se apeguen a la identidad nacional (Rodríguez, 2009).

Sin embargo, como se analizará más adelante, los beneficios de la digitalización de los equipos de producción no siempre inciden en la creación de nuevos programas que apelen a audiencias más diversas; tampoco todas las producciones aprovechan las nuevas herramientas tecnológicas para presentar propuestas con estructuras narrativas mejor editadas y con menores errores (sonido, transiciones, musicalización, etc.).

Hoy día, producir de manera digital está asociado con una nueva forma de comunicar los asuntos públicos y la difusión de la cultura entre comunidades locales y globales; también facilita y promueve la discusión de los contenidos. Para Barbero, la tecnología “rearticula las relaciones entre comunicación y cultura” (Barbero, 2001: 33); contribuye a exponer la cultura, acelera e intensifica su interacción; visibiliza y valora grupos étnicos que habían sido “folclorizados”; activa sobre todo la experiencia creativa y la competencia comunicativa de cada cultura (Barbero, 2001: 134).

Es un hecho que, tanto para González como para Rodríguez la *innovación tecnológica* es un elemento crucial para que Radio Educación continúe realizando actividades de servicio público. Sin embargo, la innovación de la emisora no sólo tiene que ser en el plano de la experimentación sonora, sino en lo informativo y en la atención y visibilidad que se brinde a otros sectores minoritarios y mayoritarios; asimismo, en diversificar las conversaciones sobre asuntos públicos como medio ambiente, política internacional, cultura popular, entre otros. La innovación no se tiene que dar sólo en la programación, sino también en el ámbito administrativo, regulatorio, y en la autonomía política de la emisora (por ejemplo, poner en marcha políticas de programación, administrativas, laborales, de relación con los escuchas, etc.); además en crear nuevos y mejores vínculos de comunicación con las audiencias para buscar otras formas de participación social en la radio.

Es interesante observar que, en el discurso de los realizadores no se plantea la necesidad de elaborar reglas y políticas de programación en las que se vaya definiendo e institucionalizando su noción de servicio público al mismo tiempo que en las prácticas cotidianas de la emisora; tampoco se cuestiona fortalecer la autonomía política y económica de la emisora. Es importante subrayar estas omisiones en las narrativas de los entrevistados, ya que, para los realizadores, dichos factores no parecen ser un problema en el desempeño de la radio. A pesar de que ellos mismos han mostrado constante

preocupación en los contenidos y se asumen como una radio independiente del poder político, las decisiones del Poder ejecutivo han afectado a la emisora y la han puesto en situación de vulnerabilidad frente al poder político. Recordemos que Radio Educación ha sido en ese y otros sexenios una de las voces que ha reclamado al Estado tener un marco jurídico que los reconozca.

Aparte de relacionar la noción de servicio público con la trayectoria histórica de la emisora en cuanto a la construcción de un discurso propio de la programación—especialmente en lo cultural—y de otros aspectos como la innovación tecnológica, los realizadores toman en cuenta un aspecto más: la *institucionalidad*.

De acuerdo con Cortés, hay dos razones por las cuales Radio Educación es una emisora de servicio público. En primer lugar, dice que la emisora pertenece al aparato administrativo del Estado y tiene un mandato con los Acuerdos 21 y 203 firmados en 1978 y 1994 respectivamente, y el catálogo de puestos en el 2004.¹¹³ Asimismo, lo relaciona con la voluntad política que mostraba el entonces director Granados Chapa:

Radio Educación no tiene marco jurídico. Llega Granados Chapa como director. Le escribe a Solana el Acuerdo 21 en 1978. Es quien le da vida jurídica a la emisora. Aprovecha que Solana es secretario de Educación y con quien lleva estrecha amistad. Aquí se le da su función de *servicio público*. En este país la función del servicio público se le da un sentido administrativo... Es una radio tan bien nacida que había un concepto, un principio, que era el servicio público, y Granados Chapa le da mandato (Cortés, 2008).

En segundo lugar, para Cortés la institucionalidad de la radio en México es muy diferente a la de los países europeos y no se puede esperar tener un marco jurídico similar. En México, dice, José Vasconcelos le otorgó la institucionalidad a la emisora al fundar la radio estatal:

El servicio público existe como término administrativo. No podemos empatar con lo que se habla en Europa y lo que está vinculado con las radios libres. Es otra historia. Nuestro origen es diferente. La radio tiene dos vertientes desde su origen: la comercial y la de Estado.... José Vasconcelos vio un gran potencial del que el país se pudiera construir. Esto lo dio como un origen a la radio pública. El proyecto comercial ganó, pero lo otro siempre existió (Cortés, 2008).

Resulta interesante observar cómo en el imaginario de los realizadores, la institucionalidad es un elemento clave que conceptualiza al servicio público

¹¹³ En el capítulo tercero se explicaron estos Acuerdos: el 21 dictamina la descentralización de la emisora; el 203 refrenda el perfil cultural y cívico de Radio Educación; el catálogo de puestos, en el 2004, le da base administrativa a más de cien trabajadores.

particularmente dada la ausencia de una ley que definiera al servicio público de radiodifusión; al no tener cabida en la constitución, ellos hicieron una interpretación propia que tiene que ver con el carácter administrativo estatal de la estación.

Cortés (2008) asocia la institucionalidad con el hecho de que haya Acuerdos administrativos, pero éstos no contemplan los múltiples aspectos que contiene un marco jurídico que define el servicio público de radiodifusión. Como se mencionó en el capítulo segundo, el marco jurídico es el primer elemento que le da el carácter de público a un medio y es lo que define e institucionaliza su función de servicio público; por lo que los Acuerdos, o reglamentos son sólo parte de una normatividad pero no son suficientes para que se pueda considerar la naturaleza del servicio público a partir de ellos.

Sin embargo, rescatamos esta interpretación que los realizadores hacen de la institucionalidad por ser uno de los cimientos sustantivos que respaldan y organizan procesos de comunicación. En el caso de los medios de servicio público, por ejemplo, el investigador Jesús Martín Barbero, dice que: la institucionalidad “desde el Estado configura a los medios de comunicación como servicio público” (Barbero, 2001: 36), y previene que el mercado convierta valores como la libertad de expresión en libre comercio. “Al mediar en la constitución de lo público y en el reconocimiento cultural, la trama institucional de la comunicación forma parte del lazo ciudadano” (Barbero, 2001: 37). Barbero agrega que, desde el punto de vista del Estado, la institucionalidad es la manera mediante la cual el Estado regula los discursos y busca dar estabilidad al orden constituido, y desde la perspectiva de los ciudadanos—mayorías y minorías—los discursos “buscan defender sus derechos y hacerse reconocer, esto es re-constituir de manera permanente lo social” (Barbero, 2001: 37).

Además, como ya se ha expuesto, para que lo institucional esté bien constituido, debe haber condiciones jurídicas; si éstas no existen, se pueden propiciar condiciones desiguales en la operación y administración del servicio público y, en consecuencia, en la regulación de sus discursos.

Para los realizadores, la *función informativa* de la emisora juega un papel sustancial en la conformación de la noción de servicio público; principalmente se caracteriza porque los productores, guionistas y operadores buscan que los contenidos sean críticos y diferentes a aquéllos de los medios comerciales y oficiales. Tienen incluso

un planteamiento ideológico sobre la programación; este se ha ido construyendo desde los inicios de las transmisiones, el cual en ocasiones favorece el discurso autónomo de la emisora y su relación con los escuchas, pero otras veces lo conduce a rutinas informativas sesgadas que limitan la contribución de la emisora en potencializar la conversación en el espacio público.

En primer lugar, los realizadores tienen una *visión latinoamericana* de la información. En los años setenta esta perspectiva estaba mucho más arraigada porque había una red de reporteros en toda América Latina; aunque en años recientes se ha ido desarticulando (hoy todavía queda la comentarista Frida Modak), existe una clara preferencia por cubrir noticias de la región latinoamericana.

Al desarticulase estas redes de información en América Latina, Radio Educación tuvo que fortalecer la pluralidad de fuentes con la agencia de noticias Notimex y con los despachos de información de las corporaciones de *radiodifusión pública* Radio Nacional de España y Radio Netherlands. Además, en este periodo, se transmitía el Servicio Noticioso de Radio Francia Internacional y dos programas de informativos de BBC Mundo.¹¹⁴ Si bien éstas tenían un estilo distinto de hablar al de Radio Educación, su visión era importante ya que Radio Educación no contaba con muchos especialistas internacionales. Según Gabriel Sosa, subdirector de información en este periodo, dice que “sólo hay siete reporteros, lo cual restringe la visión nacional e internacional” (Sosa, 2008).

Es claro que en la emisora hacían falta más corresponsales nacionales e internacionales que captaran la voz de los ciudadanos en sus historias de modo que se visibilizara a una mayor diversidad de grupos sociales del país.

De hecho, en este periodo, no había corresponsales directos en los estados (pagados por Radio Educación); sin embargo, cuando ocurrían eventos muy importantes participaban colaboradores de otras radios estatales, culturales, comunitarias de México u otros medios públicos del mundo. Sólo en circunstancias y eventos especiales llegaba a haber reporteros enviados de Radio Educación; por ejemplo, cuando se cubría algún festival de cine en otro estado o en festivales como el internacional cervantino o la

¹¹⁴ Sin embargo, el intercambio de visión no era recíproca, ya que ni la BBC ni RFI solían difundir noticias de Radio Educación debido a los niveles de calidad y estilos propios de dichas corporaciones.

tradicional cobertura al festival de jaraneros y decimeros en la Huasteca. Un punto importante para autorizar un enviado era la disponibilidad de recursos para viáticos, de tal forma que si la fuente prestaba facilidades para ello, normalmente se autorizaba que el reportero o el equipo de producción saliera.

De acuerdo con Sosa (2008), los redactores no sólo se confiaban en las agencias nacionales, sino que contrastaban la información. En Radio Educación había dos mesas de redacción, la de información y la de información cultural, las cuales estaban integradas por redactores, reporteros, coordinadores y jefes de información. La información se promovía de múltiples maneras: monitoreo de radio y televisión, monitoreo de todos los diarios nacionales a los que se tenía suscripción, portales de noticias, agencias informativas, oficinas y boletines de prensa, contactos de los reporteros y redactores, entre otras fuentes. Esto se debía a que los reporteros de Radio Educación no compartían el “oficialismo” característico de muchos noticiarios mexicanos.

A pesar de lo escaso de las fuentes, en opinión de Sosa, la información sí lograba una *visión crítica y plural* del hecho informativo; por ejemplo, se transmitían noticias que se ignoraban en otros medios.

Para los realizadores de noticias, de esa manera se contribuía a ampliar la pluralidad en el espacio público: se daban noticias sobre organizaciones obreras, campesinas, educación, etc., se le otorgaba voz a las personas que tenían una perspectiva crítica ante sucesos noticiosos. Según Sosa, además el público lo exigía:

Los noticiarios de Radio Educación son espacios informativos independientes. Había un manejo sobre todo a un lado de la oposición, y en ocasiones eran favorables a los partidos de izquierda. Esto formaba parte de las discusiones hacia dentro de la institución. Pero dentro de la oferta informativa del DF llegaba a ser una opción, porque en tiempos de Fox, los noticiarios eran bastante gubernamentales y favorecían al PAN... Si tenían un invitado de derecha, el auditorio mandaba llamadas en contra de la persona (Sosa, 2008).

En la estación se procura que haya diferentes *líneas editoriales*. Al igual que Sosa, el coordinador de producción, Antonio Calderón, considera que éstas comulgan con ideologías de izquierda pero no están sometidas a criterios institucionales: “No habrá un programa en donde se esté en contra del aborto, pero sí habrá una persona que opine de tal manera, por lo cual la línea es diversa” (Calderón, 2008).

En ese periodo, la concepción de pluralidad está sesgada por una ideología de izquierda, incluso se observa que dicha ideología en ocasiones se confunde con militancia. Pero el hecho que la programación de la emisora se identifique con estas ideas, no quiere decir que exista una amplia pluralidad en la información; entre otras cosas, porque rara vez se presentan diferentes puntos de vista sobre de un tema y, como ya se mencionó, no tiene criterios institucionales específicos sobre el tratamiento de los contenidos.

Sin embargo, cabe apuntar que la pluralidad es entendida de esta manera en un escenario en el que el PRI había gobernado por 70 y donde la izquierda era oposición, y tenía muy poca cobertura mediática o incluso era estereotipada; esto sucede también en un sexenio donde el PAN se inaugura como partido en el Poder federal y adquiere posiciones conservadoras en temas sociales y culturales.

Además, como afirman Sosa y Calderón, había un esfuerzo de los productores por tratar de ampliar la perspectiva de sus contenidos buscando dar diferentes ángulos de la noticia. Pero esto contradecía a una audiencia cautiva que acudía a Radio Educación, desde los setenta, a buscar determinados tipos de contenidos relacionados con matices de izquierda y que le disgustaba visiones oficialistas y de derecha:

Radio Educación tiene un público cautivo, crítico, de nivel superior, mayor a los 35 años. Es un público muy pasivo y a veces muy participativo, sobre todo cuando son temas sociales. Y tiene que ver con la tradición del tratamiento plural de las noticias desde hace mucho. Por eso sigue siendo la opción. Antes del 2005, muchos noticiarios se estaban abriendo, y ya no resultaba una opción, pero otra vez se está recuperando (Sosa, 2008).

De estas declaraciones se desprende que esta audiencia había estado haciendo vieja y estaba acostumbrada a un estilo radiofónico el cual muchas veces resultaba ser autocomplaciente. Sin embargo, había optimismo de que nuevos escuchas sintonizaran la estación porque en estos años la emisora empezaba a cambiar sus plataformas tecnológicas. De aquí que había nuevos retos para Radio Educación en cuanto a generar nuevas formas de comunicarse con sus públicos.

Sosa dice que hay profesionalismo en los reporteros y que la información está mediada por la visión integral de los mismos y por su experiencia como periodistas, lo cual se refleja en el hecho que los noticiarios están mejor escritos que en administraciones anteriores:

Sí hay errores en la transmisión de datos, pero los reporteros son muy cuidadosos. Tomás Domínguez es un ejemplo de ello. Y con una visión muy integral. En la talacha los noticiarios salen muy al día. Los reporteros llevan muchos años; ayuda el hecho que no haya mucha rotación de puestos para ofrecer mejores noticias (Sosa, 2008).

Sobre este punto, existe diferente apreciación entre los entrevistados en cuanto su visión sobre los reporteros: unos dicen que su trabajo es muy improvisado y sesgado, mientras que Sosa defiende la visión integral de los mismos en su trabajo.

Una de ellas es Carmen Limón, quien observa que había algunos programas y conductores quienes eran sesgados y favorecían el punto de vista de la izquierda:

A veces no estaba de acuerdo con algunos programas, porque caíamos en la discriminación. El que no piensa como yo es un problema. Por ejemplo, en el programa ‘Del campo y de la ciudad’ unos invitados se explayaban promoviendo a López Obrador (Limón, 2008).

Nuevamente se evidencia cómo la noción de pluralidad de fuentes es igual a favorecer a las ideologías de izquierda. Al parecer, la pluralidad se confunde con opiniones, preceptos y visiones de los realizadores y entrevistados que no necesariamente están sustentadas con argumentos o evidencias.

Para Limón (2008), se trata de un abuso a la libertad de expresión. Estas prácticas, que van en contra de los valores del servicio público, afectan el desarrollo de la emisora como una institución que pretende ser un medio público. Rodríguez comparte esta opinión y dice que es un problema que afecta la pluralidad de contenidos: “En la radio pública no puedes opinar porque caes en el cuestionamiento por parte de la audiencia” (Rodríguez, 2009).

La ideologización de los contenidos—sobre todo tendientes a una postura izquierda—no es propio de Radio Educación; otras estaciones públicas y culturales en el mundo también lo han experimentado, y la razón en la mayoría de los casos se explica por el contexto sociohistórico emanado de la segunda parte del siglo XX. Muchos de los realizadores buscaban este tipo de estaciones porque era donde podían encontrar espacios programáticos alternativos y de desarrollo profesional acorde con su ideología. Por ejemplo, Radio Pacífica (KPFA) de San Francisco, vivió esta situación en la década de

los sesenta y setenta. Los productores estaban divididos entre trotskistas y leninistas, lo cual generaba fuertes tensiones y divisiones dentro de la emisora.¹¹⁵

Pese a una ideologización de las posturas en cuanto a los contenidos, este periodo se caracteriza por establecer una *agenda informativa contemporánea*, donde se discuten nociones como la diversidad y equidad género, protección del medio ambiente, derechos de la niñez, entre otros. Radio Educación sigue vigente al mantenerse e integrarse a nuevas conversaciones sobre asuntos públicos. De acuerdo con Calderón:

En los noventa se hablaba de feminismo, pero no de diversidad de género. No había claridad en los conceptos y Radio Educación toma esa agenda social en el periodo de Lidia Camacho. Los primeros programas que hacen con esta perspectiva son los producidos por Sonia Riquer y que hablan sobre Simón de Beauvoir. Ahora los temas de género han evolucionado y se tratan desde una perspectiva diferente, que incluye otras perspectivas como las masculinidades (Calderón, 2009).

El *tratamiento de las noticias* de la agenda nacional ha sido otra de las características donde se puede observar la vigencia de la programación, la cual, según Sosa, intenta cubrir distintos tipos de problemas sociales. Los reporteros construyen su propia agenda de acuerdo con sus intereses, como sindicatos o educación. Estos temas no son siempre cubiertos por otros medios, lo cual hace que la emisora pueda ofrecer otra opción informativa en la radio.

Hay temas que nunca fueron temas de interés, como los espectáculos. Los deportes sí los manejan pero con otra visión más crítica, como la corrupción en el deporte. La nota policiaca está fuera de la agenda. Hay otros temas empresariales de logros de empresas que tampoco están y que deberían (Sosa, 2008).

Es cierto que en Radio Educación existe una visión más orientada a cubrir los planteamientos de la izquierda y de sectores que no siempre tienen espacio o visibilidad en otros medios, pero es cierto también que se trata de una dinámica que abona a la pluralidad en el campo informativo de la zona metropolitana. Las noticias contribuyen a ampliar la visión de los acontecimientos al darle voz a otros grupos sociales que rara vez son escuchados y frecuentemente estereotipados en otros medios. Con esto, la estación contrarresta el control de la información del espacio público, el cual es dominado por la mayoría de la radio comercial y estatal tendiente al oficialismo.

¹¹⁵ Información tomada de la tesis de licenciatura de Martell, Lenin, *Un viaje por el cuadrante público norteamericano*, UNAM, ciudad de México, 1997.

El tratamiento de la información puede ser desde distintas perspectivas, pero Antonio Calderón (2008) evalúa que la información es abstracta, y por lo mismo no es fácil para la población digerirla; esto, considera, se debe en parte a que no hay estudios de audiencia.

Pero el problema no tiene que ver necesariamente con que el tema sea complejo, sino en la forma de presentación y narración de los programas. Estos estilos demuestran que la visión de producción es bastante estrecha y la mayoría de los productores no están abiertos a experimentar otras formas de producción; por ejemplo, la mayoría de los programas están basados en la entrevista. El tratamiento de la información más bien se hace en función del estilo de los realizadores, pero sin tener criterios institucionales sobre la manera en que se deben tratar los contenidos.

El tratamiento de la información en Radio Educación se encuentra vinculado con la *diversidad de los formatos y contenidos*; en ocasiones esta relación puede ser benéfica para la producción de los contenidos y en otras puede ser un obstáculo. Calderón es uno de los realizadores que observa esta dicotomía, ya que reconoce que la cobertura noticiosa tiene algunas limitantes: el ciudadano no es protagonista de la historia y las llamadas al público no se transmiten en vivo; existe también rigidez en la conducción, lo cual limita proveer de más frescura a un formato ya viejo; no se dispone de comentaristas; los horarios son acotados; se necesita mayor elementos de producción como investigación, más cápsulas informativas, resúmenes, etc.; asimismo, se requiere crear un código de ética (Calderón, 2008).

Calderón coincide con Sosa en cuanto al formato poco versátil de los noticieros y en general de los programas informativos:

El formato de Radio Educación es muy acartonado. Es meramente lectura de notas y hay poca editorialización profesionalizada. Pero no hay confrontación, como con Gutiérrez Vivó. Y no se trata de eso, pero sí de dar más frescura a los programas. Hace falta más frescura y no vivir de la gloria pasada. La tradición a veces les pesa demasiado (se preocupan demasiado tanto por los niveles del sonido o si se equivocan en el guión), y hace falta alguien que se atreva a hacer algo diferente. Falta una voz fresca (Calderón, 2008).

Calderón dice también que faltaba más “jugueteo” con la audiencia. Había mucha información en los contenidos pero los locutores eran muy serios y la audiencia no estaba en disposición de escucharlos:

Los espacios tienen un problema, porque los locutores se rolan; entonces le dan un mismo estilo al noticiario. Emilio Ebergényi tuvo el espacio por mucho tiempo. Los turnos eran de cuatro horas. No se diferencian los estilos entre hora y hora, entonces puede ser muy aburrido. La dirección de la emisora decidió variarlo, y contrató a un locutor para que leyera ahora; con lo que están intentando algo diferente (Calderón, 2008).

Así es, para resolver este problema, en la administración de Lidia Camacho se contrataron nuevas voces o había programas como ‘Punto de encuentro’, el cual era un programa de debate donde especialistas, como Miguel Granados Chapa, vertían opiniones bien fundamentadas y articuladas sobre asuntos políticos y sociales coyunturales .

Pero ante todo, lo anterior indica que el cambio generacional en la emisora es necesario para incorporar nuevas formas de narrativa y producción radiofónica.

Calderón (2008) apunta otro problema cotidiano en la emisora: muchas veces los conductores y locutores muestran la opinión cuando en realidad su trabajo se debe enfocar en presentar información y procurar la articulación de la estructura narrativa de la misma.

En efecto, este hecho se puede entender mejor en medios públicos internacionales de Europa central, Oceanía y Norteamérica que son muy estrictos en sus normas editoriales y tienen que abrir espacios a opiniones de especialistas; es decir, en estas radios, un conductor no opina sino que da voz a otros reporteros, corresponsales o especialistas.

Sin embargo, observamos que esta característica discursiva en los presentadores de Radio Educación parece también ser recurrente en programas informativos de los medios de comunicación en México (comerciales y no comerciales). El investigador Carlos González (2010) ha estudiado los estilos discursivos de los conductores de programas en el país, y explica que la opinión forma parte de un estilo de retórica discursiva que responde a una tradición oral desarrollada en México, donde la improvisación es característica de los presentadores “al tratar de hacer valer su sentido común, su virtud y benevolencia” (González, 2010: 118).

Uno de los rasgos más característicos de los contenidos de la emisora es el estilo añejo de la producción, la rigidez en la conducción y los formatos monótonos de producción que se reducen sobre todo a la entrevista. Tanto para especialistas en medios

como para algunos realizadores de la emisora, como el propio Calderón, ésta es una de las causas de la poca audiencia de la emisora.

El estilo de producción puede ser viejo, sonar monótono y necesita ser renovado, pero para los realizadores hay un rasgo más importante que distingue a Radio Educación de los demás medios del país: la *independencia editorial*. Éste es un principio que fortalece la función informativa y que para los realizadores es uno de los mayores atributos que le da sentido a lo público.

Según el productor Daniel González, la programación goza de autonomía editorial, lo cual lo relaciona con tres factores fundamentales: 1) En los contenidos se cuestiona el poder. 2) Los contenidos son independientes del poder político, particularmente en un momento en el que la radio comercial está subordinada al Poder ejecutivo. 3) El estilo periodístico que inició en los setenta, el cual ha sido referente para otras radios en cuanto a los programas hablados, fue precursor en dar voz al radioescucha y en cuestionar la agenda oficial:

A pesar de ser una radiodifusora sostenida con recursos públicos y dependiente del gobierno, siempre mantuvo una enorme independencia en la programación de sus contenidos..., dice González. Así, el estilo de Gutiérrez Vivó, Ciro Gómez Leyva, José Cárdenas o Carmen Aristegui, sería impensable sin lo que Radio Educación estableció desde la década de los setenta. Y en un periodismo de investigación, democrático, continuó sin duda la gestión de Miguel Ángel Granados Chapa al frente (González, 2008).

Calderón, por su parte, agrega un factor más que caracteriza la independencia editorial de la emisora; tiene que ver con que los programas siempre han sido críticos y con el hecho de que los productores y conductores tienen mucha autonomía, especialmente en aquellos programas ya consolidados:

Si no toda la programación, siempre ha habido espacios críticos. Hubo previo al tiempo electoral [del 2006] una cápsula que decía: 'Fox, Traidor a la democracia'. Nunca hubo una insinuación por parte de la dirección de bájale a su contenido. Esta cápsula pasaba en el programa, 'Irradiando mujeres interactivas' (Calderón, 2008).

La independencia editorial es un aspecto distintivo en la emisora que le ha permitido construir un prestigio entre sectores más críticos de la sociedad. Este rasgo ha sido fundamental para que Radio Educación se convierta en una Escuela radiofónica con referencia nacional e internacional, y en una institución cultural más que un simple medio

de comunicación estatal. Esto es particularmente cierto en un país que necesita instituciones con dichos atributos para fortalecer su democracia.

Mientras que para los realizadores, la independencia editorial en gran parte se debe a la cohesión de los trabajadores y a su posición ideológica, para algunos analistas, como el historiador mexicano Lorenzo Meyer, el Gobierno federal ha utilizado a la emisora como una válvula de escape para mostrar que acepta el descontento. De acuerdo con Meyer (2008), es una incógnita que la radiodifusora haya gozado de dicha independencia y haya incluso criticado al sistema político mexicano.

Dentro de la estación, Calderón coincide con Meyer en el hecho que Radio Educación es considerada—por distintos grupos de poder político en el país—como un medio crítico; para estos sectores, la programación de la emisora justifica que hay apertura de contenidos en los medios: “A la gente que está arriba y que dicta política, es una válvula de escape que se digan cosas en Radio Educación, porque finalmente no son horario triple A. Además, la radio ha ido perdiendo audiencia”(Calderón, 2008).

Sin embargo, hay ocasiones en que la independencia editorial puede estar sesgada por las decisiones de la dirección. Según dice Calderón (2008), hay una política editorial que favorece ciertos programas como los de la SEP. Ha habido casos donde la agenda ha sido impuesta por la secretaría aunque con libertad por parte de Radio Educación en la producción. Esto ocurre porque, cuando hay coproducciones, no hay lineamientos específicos que señalen los atributos de los organismos que coproducen.

Cuando le abres las puertas a las instituciones, no hay algo escrito que diga el rol que juega Radio Educación. Por ejemplo, ‘Notisep’: es un programa de difusión y que no le pega a la SEP. El convenio pone en manos de un tercero la posibilidad de contenidos de la emisora. Y el problema es que no hay lineamientos al respecto. Hasta dónde llega el servicio público y hasta dónde empieza la propaganda. Yo creo que, cuando los recursos se proveen de casa, las líneas editoriales son propias de la emisora (Calderón, 2008).

Al igual que Calderón, Sosa también encuentra sesgos en la práctica de la independencia editorial, sobre todo en lo que se refiere a la autocensura al cubrir al poder gubernamental:

Hay temas que se abordaban con matices, sobre todo cuando se hablaba de la directora de CONACULTA, Sari Bermúdez, y del secretario de Educación o se transmitía información sobre la hermana de Santiago Creel (Dolores Creel). Había noticias que se cuidaban y se mandaban del área de cultura. Pero era un material cuidadoso, porque no se quería buscar problemas porque se podría salir de las manos.

Rubén Aguilar [ex vocero de la presidencia] manifestaba su enojo por las preguntas que le hacía el reportero, Reynaldo Cerecero, que cubría la fuente de presidencia, porque según Rubén—decía—hacía preguntas insolentes, casi sacadas de *La Jornada* (Sosa, 2008).

Como resultado, los reporteros no eran invitados a las giras presidenciales en otros países.

A pesar de que otros entrevistados han expresado que no hay censura, la autocensura es un mecanismo autoritario implícito que limita la independencia editorial y que tiene impactos en la función informativa de la emisora. Por un lado, la autocensura limita la producción de noticias e información pública que los ciudadanos deberían conocer y, por el otro, refleja el poder que tienen instancias jerárquicas superiores sobre la conciencia de los trabajadores.

Para Sosa (2008), la independencia editorial es una noción que se encuentra intrínsecamente vinculada con la autonomía política de la emisora. Él considera que había subordinación política por parte de la directora al Poder ejecutivo; esto ocurría principalmente porque Lidia Camacho no creó una política informativa propia para la emisora y realizó ciertas acciones características de un funcionario de radio gubernamental.

Rubén Aguilar tenía una tendencia de darle clase a los medios públicos, y uno de los hechos más bochornosos fue que él invitaba a directores de medios públicos para marcar la agenda. Lidia Camacho se impresionaba porque no tenía agenda, pero ella no hacía nada para apoyar para que hubiera más noticiarios y que cambiaran formatos... (Sosa, 2008).

En ocasiones, el Gobierno federal ha intentado utilizar a su conveniencia a Radio Educación como si fuera vocera del gobierno; por ejemplo, durante el gobierno de Vicente Fox, cuando Rubén Aguilar asumió el cargo de Vocero de la Presidencia, Sosa recuerda un episodio el cual evidencia dicho control:

Lidia Camacho le pidió a la subdirección de noticias se le elaborara un cuestionario para hacerle una entrevista, cuando a ella no le correspondía hacerlo. Además, se alteró la programación para transmitir la entrevista, a lo que hubo cuestionamientos muy fuertes de los reporteros, porque la entrevista no tenía valor periodístico (Sosa, 2008).

Permitir la crítica es una virtud, pero castigarla significa—según afirma Sosa—no dejar crecer a Radio Educación como medio estatal porque no se promueve la libertad de expresión (Sosa, 2008).

Esta apreciación de Sosa es importante porque con esto se reafirman los mecanismos autoritarios del sistema político mexicano heredados por el PRI.

Aunque jurídicamente Radio Educación no gozaba en estas fechas de autonomía política, este testimonio también pone en entredicho la autonomía con respecto al poder político que, en la práctica cotidiana, los realizadores habían tratado de afianzar. A ellos no les gustaban las intromisiones gubernamentales y por lo mismo los productores luchaban cotidianamente por fortalecer la independencia editorial de la emisora a través de un discurso distinto al oficial. Hechos como éste limitaban, además, las funciones sociales de una emisora estatal que tenía aspiraciones de ser un medio público.

La *independencia editorial* arroja otro problema en el que Calderón coincide con Sosa (2008): no hay una *política de programación* precisa en la emisora; en cambio, en la práctica cotidiana la programación depende de dos cosas: a) de la suma de las decisiones e intereses de los productores, y b) de la toma de las decisiones más cruciales de la programación por parte de la directora, sin deferir a los realizadores o incluso al sindicato. Por ejemplo, una de las maneras mediante la cual se expresa la ausencia de políticas de programación es cuando la dirección retira los programas sin mayor explicación. Se trata de prácticas autoritarias que afectan la producción de los contenidos:

“El medio público tiene muchas resistencias. Es una contradicción: las decisiones se toman desde la dirección; están muy centralizadas” (Sosa, 2008).

Es un hecho que hay ausencia de políticas editoriales en la emisora y de criterios que la regulen, como los códigos de ética. Esta situación afecta la producción de una oferta programática diversa y que intenta atender a distintos tipos de públicos—una que va desde la radio revista, informativos, radioarte, radiodrama, niños, programas musicales. Se trata de una oferta que no se sabe si en realidad atiende a las necesidades y gustos de las audiencias.

Más allá de que falten políticas de programación, el problema parece radicar en que haya diferentes ideas sobre el lenguaje radiofónico, y cada quien actúa defendiendo cotos de poder y de lo que entienden por producción para una radio estatal. Nos referimos a realizadores quienes, en su mayoría, llevan muchos años produciendo y se encuentran cómodos con lo que hacen. Ellos han desarrollado un estilo propio, una forma particular de producir y, en muchas ocasiones, no están abiertos a intentar nuevas formas de

producción; algunos incluso ven cualquier cambio como un agravio a sus derechos laborales. Tal situación, se traduce en la falta de renovación y experimentación en la producción programática de la emisora.

Esto genera constantes discusiones al interior de la emisora entre los realizadores, las cuales no pueden tener una solución al problema porque, como lo apunta Sosa, no se cuenta con el apoyo de la dirección para que esta situación sea resuelta. Específicamente, él observa que los noticiarios no se apoyan igual que otros programas ni que existen políticas bien definidas en cuanto a la producción de los noticiarios.

Desde la mirada de los realizadores, la programación en el periodo de Camacho se fortaleció; para Rodríguez (2009), es un hecho que la identidad de la programación se ha conformado con la negociación de la diversidad de contenidos en la que convergen programas nuevos y viejos.

Sin embargo, el hecho que haya mezcla de contenidos viejos y nuevos no quiere decir que haya diversidad de programación necesariamente porque muchos de los nuevos programas pueden tener las mismas características de los viejos, particularmente si están producidos por los mismos profesionales. Esto incluso puede representar una limitación para la programación de la emisora.

Al respecto, Rodríguez reconoce que uno de los problemas que afectan la diversidad en la programación es que existen algunas producciones que son viejas; estos contenidos (como “Del campo y de la ciudad”, “Gente de cine”, “Su casa y otros viajes”, etc.) responden a la inercia de programación y es importante que refresquen y renueven sus perspectivas y formatos sin perder de vista su público objetivo y misión:

“Todo programa debe tener un ciclo de vida. Es incomprensible que tengas un programa por más de 30 años. Hay momentos que se acaba la propuesta. Ése es uno de los grandes retos” (Rodríguez, 2009).

Sin embargo, como ya se discutió en el capítulo segundo de este trabajo, la diversidad de la programación tiene que ver con dimensiones más amplias en las que convergen la pluralidad cultural y política; por ejemplo, se relaciona con: expresar en los contenidos las visiones culturales y políticas de la diversidad de grupos sociales y étnicos de una nación; la descentralización de sus expresiones culturales y políticas; la generación creativa de nuevos formatos que incluyan a grupos minoritarios y

mayoritarios; la articulación de los contenidos programáticos con políticas nacionales sobre la diversidad, entre otras cuestiones.

Rodríguez (2009) lista otras limitaciones en cuanto a los contenidos en la emisora, los cuales están intrínsecamente relacionadas con la ausencia de una definición de criterios de programación:

a) Los productores se han conformado con el tipo de programas que han hecho desde hace 20 años; son contenidos que apelan a grupos diversos pero que satisfacen a necesidades sociales de entonces. El país ha avanzado socialmente y la radio se tiene que renovar; existe una tecnología que permite realizar estos cambios.

b) La programación no es uniforme porque cada productor produce de acuerdo con su propia perspectiva de producción; esto aunque puede ser positivo, no permite a la emisora allegarse a una mayor diversidad de públicos:

Hay un problema con la plantilla laboral; es muy difícil la relación laboral. Imagínate, un reportero leía la nota de *La Jornada* en la redacción y era lo que se transmitía. La lucha se hace con periodismo de investigación y ganar las notas. No hay ganas de periodismo de investigación. Hay gente que ni siquiera iba a la estación. Eso dañaba a la institución y significaba luchar contra corriente (Rodríguez, 2009).

Rodríguez (2009) dice que, para renovar la programación, durante el periodo de Camacho se examinó que era necesario cubrir diferentes tipos de sonoridades y contenidos; entonces se trató de realizar estrategias como entrevistas a personalidades internacionales o cubrir sucesos coyunturales como la transmisión sobre la ley de Medios desde la Cámara.

La gente siguió y fue una transmisión de carácter histórico y de alguna manera marcó un frente histórico. Radio Educación estuvo presente en otras cosas, como maestros en la radio, poetas en abril. Se pudo comprobar que hay muchos contenidos y sonoridades que es necesario que la gente escuche, que están ahí como parte de la creatividad que nos negamos. Hay distintas posibilidades que hay que desarrollar, como el programa 'Punto de Encuentro' (Rodríguez, 2009).

Es cierto, durante el periodo de Camacho se pusieron distintas estrategias en marcha para fortalecer los contenidos de la estación en momentos coyunturales como los programas de asuntos públicos, lo cual, en opinión de Calderón, tiene que ver con el surgimiento de la radio hablada (Calderón, 2008). Pero hubo otras estrategias hechas por los realizadores que no fueron respaldadas por la misma dirección; una de ellas fue precisamente en el ámbito noticioso.

Tanto para Sosa (2008) como Calderón (2008), los informativos no fueron prioridad durante el periodo de Camacho: se hicieron propuestas de producción de noticiarios de carácter social, pero es claro que la pluralidad de la información en este periodo sólo se fortaleció en momentos coyunturales; por ejemplo, cuando había elecciones. Ahí es cuando, por ejemplo, se intercambiaba información con otros medios.

Fuera de situaciones coyunturales, parece que la manera en que se entiende la función informativa desde la dirección de la emisora es de acuerdo con criterios determinados por intereses particulares de los funcionarios. No necesariamente radica a partir de estrategias institucionales diseñadas a mediano y largo plazo; es decir, criterios, lineamientos o políticas institucionales que garanticen el fortalecimiento de la programación para los subsiguientes sexenios.

De la discusión anterior se observan tres cosas:

a) Las mayores discrepancias sobre cómo entender la cobertura informativa se encuentran en el ámbito de los noticiarios y programas de asuntos públicos.

b) Se pusieron en marcha estrategias para renovar la programación, las cuales han sido mediante la producción de contenidos creativos que tratan de buscar una visión distinta del arte y la cultura en México; por ejemplo, la producción de “Vida en el aire” por Guadalupe Cortés, el cual es un programa de 12 capítulos, cada uno dedicado a la realización de un perfil de los 12 bailarines más importantes del país. “Vida en el Aire” es una manera por la que los escuchas pueden conocer a artistas que contribuyen enormemente a la historia del país; son profesionales que son referencia para las nuevas generaciones.

c) Los noticiarios se vieron beneficiados relativamente al fortalecerse la programación cultural: al firmarse convenios internacionales se pudo acceder a otro tipo de información en la difusión cultural de las bellas artes. Sin embargo, eso no significó que el área informativa haya sido prioridad para la administración de Camacho:

“Es una época muy importante en lo cultural, pero no en lo informativo”...fueron acotados en apoyos: se construyó una cabina en el área de noticias, pero la directora no la dio al área de noticias, nunca se le dio” (Sosa, 2008).

Para los realizadores de Radio Educación, la *participación* de los escuchas en los programas es otro factor fundamental que le da sentido a lo *público*. De acuerdo con

Antonio Calderón (2008), en la emisora la participación está relacionada con la retroalimentación directa de la audiencia. En Radio Educación se toman en cuenta muy poco los estudios de audiencia porque se cree más en la función social del programa que en los *ratings*. Los mejores referentes de participación del público son las llamadas, el internet (correo) y las visitas a la emisora; éstas además son las mejores formas de retroalimentación de los escuchas. Como se verá más adelante, los escuchas, para el 2005, preferían el mensaje escrito o el correo electrónico para comunicarse a la emisora (41 por ciento), luego las llamadas telefónicas (27 por ciento), llamadas de especialistas (20 por ciento) y testimonios (12 por ciento):

Los radioescuchas visitan la emisora cuando se les va a regalar algo. Hay mucho contacto con ellos. A veces coinciden con el productor o a veces piden ir a escuchar el programa. Los productores son muy sensibles a las necesidades del público y las toman en cuenta para planear la producción. En el 2004, con Emilio Ebergenyi había gente que se sentía agredida por las cosas que decía. La gente oía tu crédito y te ubicaba. Había gente que apagaba la radio cuando escuchaba a Emilio. A veces a la gente le gustaba y a veces no por su forma de intimidar con el público (Calderón, 2008).

Los escuchas tienen interés en generar debate, especialmente cuando se trata de temas polémicos. Sin embargo, la participación directa muchas veces se limita por la intervención de actores políticos. Para Limón y Sosa este hecho es claro, pues consideran que existe un menosprecio de las figuras públicas hacia Radio Educación al no querer ser entrevistados en la emisora; esto se refleja cuando las organizaciones políticas, como el PRD, subestiman a los medios públicos para dar entrevistas:

Era un periodo electoral en donde intentábamos darle la equidad a todos los partidos. Había un problema de comunicación muy fuerte con el PRD para que fueran a dar entrevistas. Subestiman a los medios públicos y se enfocan a los medios grandes por cuestiones de campaña (Limón, 2008).

Lo anterior se puede leer como un doble menosprecio, ya que en líneas anteriores hemos mencionado que Radio Educación era uno de los pocos medios que les daba espacio e incluso en ocasiones confundía este apoyo con militancia a favor de organizaciones o partidos de izquierda.

La participación sólo se reduce a las llamadas y retroalimentación del público y a la interlocución de especialistas, pero de acuerdo con Calderón (2008), existe un reconocimiento por parte de los realizadores sobre el hecho que se tiene que ampliar o

estructurar más la participación; por ejemplo, los consejos de programación en donde intervengan representantes de la sociedad civil u organizaciones de radioescuchas.

En el periodo estudiado, Radio Educación no tomaba en cuenta otras formas de participación como los consejos ciudadanos consultivos de programación, los cuales, si bien no eran de obligación jurídica para la emisora, pudieron haber sido muy benéficos para que la estación incluyera voces plurales informadas de la sociedad civil que tuvieran participación en los contenidos y sirvieran como un mecanismo de rendición de cuentas por parte de la estación. De esta manera, tomar decisiones consensuadas que evitaran que las decisiones recayeran en la discrecionalidad y en los criterios del director en turno.

En otros países, como Estados Unidos, existen este tipo consejos consultivos conocidos como *board of directors*, los cuales realizan este tipo de tareas y coadyuvan a fortalecer la participación de la sociedad civil en las tareas de programación de las emisoras.

Pero, sobre todo, la *participación* por parte de la sociedad civil es una noción que se tiene que aprender a ejercitar y, que al parecer, le llevará varios años incorporar a Radio Educación.

Como se mencionó en el capítulo segundo, mediante la participación de la sociedad civil y ciudadana, los escuchas pueden lograr el reconocimiento y visibilizar a sus sectores sociales, y pueden negociar con otros grupos y el Estado en el espacio público, así como cuestionar al poder y los códigos sociales; es una manera por la cual pueden hacer valer sus argumentos, defender sus valores sociales y demostrar su poder simbólico. Para la radio pública, la participación es un principio fundamental para contribuir a la ampliación de la discusión en el espacio público y construir audiencia.

Las problemáticas cotidianas de producción y programación

De acuerdo con los realizadores, existen varias *problemáticas* en la producción y programación en la emisora que limitan la construcción de lo público; éstas se asocian con conceptos como *el clientelismo*; *las rutinas de producción*; *la cobertura universal del servicio* y *la atención a minorías y mayorías sociales*; *el diseño de producción y programación*; *la gestión* y *su relación con el poder político*:

Durante el periodo de Camacho, uno de los problemas que afectó a la emisora fue el *clientelismo* que establecieron los reporteros con sus fuentes. La programación es

parcial o sesgada porque hay clientelismo y en ocasiones militancia en la izquierda, lo cual, para Limón se debe al problema añejo de que no hay control de calidad.

Según Carmen Limón (2008), directora de producción y planeación, la situación era complicada:

En una ocasión, los de la APO entraron hasta la cabina, pero no podían entrar a la cabina. Un operador tuvo que quitar la señal del aire. En otra ocasión la gente de Oaxaca nos llegaron 40 llamadas porque la corresponsal no estaba dando bien las notas...

La programación sí muestra la personalidad del medio, aunque de manera parcial. Porque había abusos, porque hacían alianzas con Casa Neri. No se puede promocionar. Se hacía como centro cultural, pero era particular. Eso es clientelar. Fuera de los clientelares, la programación era poco equilibrada en términos de abordaje en diversidad de temas y atención al público, por cuestiones de presupuesto y añejo problema laboral, y aunado a los sueldos tan malos, y el hecho de que no hay control de calidad. Entonces el gobierno puede tener un terreno pantanoso (Limón, 2008).

Ante dicho problema, se intentaron realizar distintas estrategias, dice Limón. “Se trató de incentivar a los reporteros, había infiltración de la delegación sindical y los pleitos naturales entre reporteros” (Limón, 2008). Asimismo, se cambiaron a los reporteros de sus fuentes para no crear clientelismos; poner en marcha esta estrategia no fue fácil porque no había mucha disposición por parte de los trabajadores del área de noticias. Por tal motivo, primero se trabajó con los reporteros jóvenes por su capacidad de adaptación.

Sin embargo, observamos que la estrategia no fue suficiente para fortalecer cabalmente la pluralidad en la estación; un cambio de fuentes necesita estar acompañado de un entrenamiento a los periodistas en la fuente, en la ética periodística del reportero o las políticas de calidad de la estación.

En efecto, tanto el *clientelismo* como el *sesgo* son problemas que afectan la pluralidad de las emisiones en la radiodifusora. Se observa que estas inercias responden a los cotos de poder que tienen los diferentes productores al no haber nuevas plazas para realizadores, de modo que existan diferentes visiones y una ética profesional sólida de trabajo entre los trabajadores. Asimismo, hace falta más coproducciones en la carta programática y, sobre todo, políticas de programación que delineen los criterios de producción y programación que regulen las pautas de presentación por parte de los locutores.

Además de debilitar la ética periodística, el sesgo y el clientelismo también afectan la práctica de la pluralidad de opiniones: los conductores no son muy tolerantes con personas que no son afines a su forma de pensar, se apoyan en causas sociales pero a veces se cae en el fanatismo:

La tolerancia está a medias porque no se puede hablar a favor de un panista, y los panistas que se intentaban integrar, los llevaban pero los trataban mal... Cruz Mejía apoyaba al PRD. Andrea Fernández también. Sí manejan causas de la sociedad pero se cae en el fanatismo, en favorecer la figura de López Obrador (Limón, 2008).

Aunado a esto, otros de los problemas que enfrenta la estación cotidianamente son las *rutinas de producción*; ya se ha dicho en líneas anteriores que éstas han abonado a conformar la identidad de Radio Educación como emisora con perfil programático de servicio público. Fue una tarea que, de acuerdo con Cortés (2008), la administración de Enrique Atonal apuntaló durante comienzos de los setenta; fue durante su administración que los realizadores empezaron a buscar más fuentes informativas, sonidos ambientales y a profesionalizar su trabajo periodístico. Pero en su opinión ahora estas rutinas de producción se han perdido, lo cual se debe a distintos factores (Cortés, 2008):

El primero lo cita Limón (2008), quien, aunque reconoce que los realizadores tienen principios de trabajo y ellos han establecido sus propias estrategias de programación, éstas muchas veces dependen de los criterios y visión de cada productor o programador. Para Calderón este hecho se debe a la falta de trabajo colegiado, el cual puede a veces incidir en problemas de continuidad en la programación.

Sí hay una conducción por bloque, pero no entre programa y programa. No hay juntas de producción para ver qué temas se van a abordar en tal día. A menos cuando había maratones: de poesía, de libros, etc. Pero ahí la subdirectora de producción se encargaba de programar (Calderón, 2008),

dice Calderón, quien lamenta que esto a veces ocasiona que no haya una continuidad en la programación.

Lo anterior es un asunto que podría pasar por alto, pero, como se mencionó en la primera parte de este capítulo, la programación es un discurso articulado que refleja los valores y principios del servicio público; por ello las juntas de producción y programación son importantes, para discutir, entre otras cuestiones, cuáles son esos valores y principios que se deben seguir. Cuando estas rutinas funcionan correctamente en una emisora, la programación de estaciones y sistemas de radio pública, como Public

Radio Internacional, Radio Bilingüe y National Public Radio en Estados Unidos, logran incidir en la construcción de una audiencia y potencializan la conversación en el espacio público.

Las rutinas de producción también están ligadas a aspectos éticos de los trabajadores. Rodríguez lista algunos de ellos y observa que son aspectos que dañan el desarrollo de la emisora:

“Los programadores trabajaban pocas horas a pesar de que su labor requería de un trabajo intelectual importante; algunos reporteros leían incluso las notas de *La Jornada*” (Rodríguez, 2009).

Aunque Sosa niega el hecho de que los redactores transmitieran notas íntegras de *La Jornada*, lamenta que desmotivación en su trabajo:

No tendría nada que reclamarle al trabajo ético de los periodistas, pero se ha perdido la entrega al periodismo. Se ve cuando les encargas algo y no les gustaba. Decían: por qué yo esto, por qué yo el otro. Se notaba en el ánimo de proponer las noticias, no se notaba la pasión, y su desencanto se nota en la voz (Sosa, 2008).

En efecto, la voz y presentación de los locutores forman parte de un elemento discursivo que indica cómo Radio Educación se comunica con sus audiencias y los esfuerzos que hace para atraer nuevos tipos de audiencias; se trata de aspectos que no necesariamente están relacionadas con la capacidad de los realizadores sino con las condiciones laborales de los trabajadores.

Limón (2008) encuentra la falta de motivación en los trabajadores debido a los bajos salarios que reciben. En su opinión, los funcionarios estaban interesados en que los realizadores ganaran mejor y buscaban remuneraciones extras para ellos, como las series especiales; a veces, incluso, los administradores tenían que violar las disposiciones de Hacienda y se ponían fuera de la norma.

La transición de la producción de lo analógico a lo digital también tuvo impactos notorios en la emisora en cuanto a hábitos, formas de trabajo, desarrollo de habilidades, etc. Para Rodríguez (2009), durante la administración, la estación se reposicionó, ya que había estado a punto de ser cerrada. La digitalización le dio bases a la emisora para enfrentar algunos de los retos de programación durante este periodo.

Para Calderón, por su parte, en este periodo ocurrió la modernización y consolidación de la emisora. Los productores ya trabajaban en los sistemas de edición no

lineal y habían pasado por los procesos de aprender a producir radio de acuerdo con las dinámicas del nuevo siglo; para ello, dice, se capacitó al personal y se dirigió la producción de diferente forma: “Yo llegué en el 2003 y a mí me tocó la cinta de carrete abierto, y eso significa que llegó la computadora, y producir con computadora es una forma de conceptualizar la producción de diferente manera” (Calderón, 2008).

Sin embargo, esta nueva forma de producción no siempre se tradujo en mayor calidad y utilidad de los contenidos, pues siguió habiendo errores de producción y edición; tampoco se incorporaron nuevos elementos de producción que beneficiaran la narrativa, estilo y estructura de los contenidos. Además de las otras rutinas de producción aquí ya discutidas, como el hecho de que las políticas de producción y programación seguían centradas en la directora.

Entre los realizadores existe una preocupación acerca de la *cobertura regional* de la estación y cómo los contenidos les llegan a los distintos sectores sociales y culturales de la población. De acuerdo con Sosa, en este periodo, “Radio Educación cubría todo el centro del país, se transmitía en otras radiodifusoras del país. A veces llegaba a Oaxaca, Veracruz, Puebla, pero se dificultaba que la señal se escuchara. En la zona metro se escuchaba bien” (Sosa, 2008).

Calderón (2008) es de los realizadores que muestra interés en que Radio Educación expanda sus señal y sea una radiodifusora con perfil nacional en su programación aunque reconoce, al igual que Limón, que hay públicos y temáticas que faltan ser atendidos, como ecología y adultos mayores. Esto no es una solamente una cuestión de índole técnica, sino del funcionamiento de los órganos dentro de la institución. “El comité de evaluación existe, pero los proyectos tienden hacia un lado” (Limón, 2008), dice Limón.

Para González, este tipo de problemas ha llevado a que la emisora genere un modelo que restringe la cobertura a diferentes tipos de públicos:

Radio Educación ha constituido un modelo de formas que sólo entre los especialistas ha sido reconocido con suficiente amplitud. Para núcleos más extensos de la población, el nombre de esta radiodifusora despierta sólo interrogantes e incógnitas. Por supuesto, la vocación de la emisora nunca fue conquistar el gusto de todos los radioescuchas, pero resulta lamentable que ese papel histórico sea socavado o incluso ignorado (González 2008).

En efecto, en Radio Educación los programas, tanto informativos como educativos y culturales, están muy focalizados a la realidad de un pequeños grupos sociales de la zona metropolitana de la ciudad México. Pero también es cierto que la dinámica de la emisora y su relación con distintos tipos de audiencia fue cambiando vertiginosamente en las décadas recientes; asimismo, la zona metropolitana se fue transformado desde los años setenta y esto motivó a que Radio Educación se cuestionara a cuáles otros tipos de audiencia tenía que atender. Para ello, la estación y los órganos internos como el comité de evaluación tendrían que realizar diferentes estrategias para replantear la programación de modo que pueda servir a los intereses de un mayor número de grupos sociales.

El problema de la cobertura tiene raíz desde los comienzos de Radio Educación, pues la estación fue creada para cubrir sólo la zona metropolitana. Con el tiempo, dada su función social y el referente que significaba para algunos sectores de la sociedad, la emisora realizó convenios con distintas radios estatales y culturales del país y de esta forma su señal pudo llegar a 16 estados por la frecuencia AM.

A través del canal 2 del sistema Edusat, cubre todo el territorio nacional, Centroamérica norte de Sudamérica y el sur de los Estados Unidos; vía internet difunde su programación a todo el mundo mediante su página web www.radioeducación.edu.mx, las 24 horas del día; en onda corta transmite 12 horas al día en los 6185 kilohertz de la banda internacional de los 49 metros (Radio Educación, 2009).

Rodríguez (2009) entiende el problema de cobertura desde una perspectiva un tanto diferente, ya que para ella la programación se cambió durante periodo de Camacho para dar cobertura a otro tipo de escuchas, sobre todo aquellos más jóvenes; el problema es que Radio Educación no cuenta con la banda FM y la calidad de la trasmisión es muy baja. Ante ello, según la entrevistada, se pusieron en marcha estrategias de producción para lograr un mayor alcance en otras regiones del país: la firma de convenios con las organizaciones de radios, como la Red de Radios Educativas y Culturales; el internet también usó como estrategia a través de herramientas como los *podcasts* o hipertextos:

Lulú tenía miedo a las tecnologías, pero después le hicimos entrar en la conciencia que tenía que conocer esta herramienta. Fue un súper éxito, y le permitió conocer otras posibilidades. Así hubo muchas estrategias que intentaban resolver el problema de poca cobertura, a partir de baja audiencia... A mí me obligó a pensar a en programas simultáneos: cuatro programaciones simultáneas. Imaginar todas las posibilidades, que pudieran ir acompañadas de hipertextos. Se presentaron los resultados al SCT. Se hicieron dos pruebas: una para onda corta y otra para AM. Se hizo el proyecto

puntualmente. Se aplicó la tecnología, se comprobó que una persona podía programar y transmitir al aire (Rodríguez, 2009).

Al igual que Rodríguez, Cortés (2008) piensa en otras posibilidades técnicas, por ejemplo, la puesta en marcha de la radio digital como una forma de resolver la cobertura geográfica de la programación.

Hay una evidencia clara de que la emisora requiere de la banda FM para aumentar la calidad y utilidad social de la transmisión de los contenidos. Aunque las estrategias mencionadas por Rodríguez (2009) y Cortés (2008) son loables, no resuelven completamente el problema de la cobertura; principalmente porque, como ya hemos mencionado, no hay políticas ni lineamientos que obligue a todos los productores a crear contenidos de calidad y utilidad social. La falta de estos criterios permite que haya programas que no son vigentes en el contexto social y cultural del país.

Es un hecho que el problema de la cobertura regional está intrínsecamente ligado a la *atención de minorías y mayorías sociales*. Los realizadores están interesados en *tomar en cuenta los diferentes tipos de públicos* y tratar, como lo dice Rodríguez, “de romper con los imaginarios preconcebidos por la audiencia” (Rodríguez, 2009). La entrevistada reconoce que, para que sea diversa y plural, la programación debe ser generalista y creativa, y cercana a la vida cotidiana de los escuchas. Cortés además añade al respecto:

No se pueden atender a todos los grupos de la misma manera. Existen espacios como ‘Del campo y la ciudad’, en donde sí es conveniente que los campesinos y otros grupos vulnerables sepan que tienen un micrófono y al que pueden acceder (Cortés 2008).

Es interesante observar que, cuando los realizadores se refieren a programas que deben ser quitados porque suenan “anquilosados” y no son “atractivos” para las nuevas generaciones, a menudo se refieren al programa “Del campo y de la ciudad”. Sin embargo, éste es un programa que ha construido una audiencia a través de los años y que, en opinión de la entrevistada, atiende a un sector de la población específico que no tienen voz en otras estaciones o que es muchas veces estereotipado en noticiarios o programas de entretenimiento.

Fortalecer la diversidad de los contenidos para minorías ha sido un acierto en la emisora, especialmente al difundir programación infantil y sobre diversidad sexual. En cuanto a la primera, Limón dice que las producciones para niños son más interactivas y

tienen más llamadas que otros programas; incluso los niños venían a la cabina al final de las series. En segundo término, los contenidos sobre diversidad sexual han sido sin duda una de las mayores contribuciones sociales de la programación de Radio Educación; en específico cuando en el sexenio de Fox era una de las pocas radios estatales que se abría a esta conversación.

No obstante, aún hace falta dar mayor cobertura a algunos grupos minoritarios como los migrantes. Según Sosa (2008), esto sucede porque se trata de cubrir asuntos coyunturales y se desatiende a este tipo de sectores sociales. El noticiario “Pulso de medio día” se transmite desde la emisora pública Radio Bilingüe, en Fresno California, y con mayor razón la Radio Educación debería potencializar conversaciones sobre el tema de la migración. Cabe señalar que, mientras la BBC y RFI no retoman noticias de Radio Educación, el sistema de radiodifusión pública Radio Bilingüe sí promueve la información producida por Radio Educación.¹¹⁶

En el mismo tenor, para realizadores como Calderón, la oferta de la emisora es rica, pero hay una deficiencia en cuanto a los programas dirigidos para jóvenes, ya que sólo hay uno:

La mayor parte de la programación es para adultos, pero no hay una oferta para gente más joven. Falta más atención para ese auditorio. No hay programa sobre arte, cultura y otros programas que vayan dirigidos a gente de entre 15 y 20 años; o bien, segmentos de entre 20 y 30 años que no están cuidados en la radio (Calderón, 2008).

Al igual que los programas para jóvenes, no hay programas dirigidos directamente a escuchas de la tercera edad; según Calderón, algunos programas, como “Irradiando”, sí hablan de este sector, pero no había un programa específico.

Pese a todo, dice Calderón:

Es una audiencia fiel, construida y ha crecido en edad. Gente que escuchó de joven radio y ahora lo sigue. Y es el segmento fuerte ahora, entre 50 y 60. Y ahora se tiene que ganar una audiencia más joven que esa (Calderón, 2008).

Los realizadores coinciden en que la emisora tiene que fortalecer la atención a los grupo sociales citados y celebran que haya diversidad por el hecho de que haya distintos tipos de programas. Pero esto no es suficiente, ya que se tiene que analizar si los

¹¹⁶ Radio Bilingüe es una radio con un estilo de producción muy creativo que apela a sectores sociales compuestos por migrantes mexicanos, vietnamitas, entre otros.

programas son útiles para los grupos sociales a los que van dirigidos y cuáles son los sectores que verdaderamente están siendo atendidos.

Tanto la cobertura regional como la atención a minorías y mayorías sociales son uno de los problemas comunes que compartían varias naciones del mundo a principios del siglo XXI, sobre todo aquellas más multiculturales tanto en regiones de Europa central como en Norteamérica y Oceanía. Dada la segmentación de la audiencia, algunos países, como el Reino Unido y Estados Unidos, tuvieron que desarrollar redes que transmitieran a nivel local y regional para mejorar su cobertura nacional.

En otras palabras, nos referimos a *universalidad* en el servicio, la cual es fundamental para que exista un medio público; es una condición que provee el Estado y con la cual dota a la radio de elementos (técnicos y de producción) para incidir en la conversación del espacio público. La *universalidad* es una manera mediante la cual la radio puede contribuir a que este espacio sea *común* entre los escuchas, se *visibilice* a mayorías y minorías sociales, y que la discusión sea *abierta* para todos.

Buscar grupos más plurales y diversos ha sido una de las luchas constantes en la emisora, ya que es un problema que tiene varios matices; incluso engloba cuestiones de producción y programación, como el horario en el que se transmite el programa. En Radio Educación se programa por “error-corrección”, y a veces se toma tiempo para que una producción tenga la aceptación del público, como lo fue en su momento el caso del radio arte:

En un principio a mucha gente no le pareció. Éste no le dio fortaleza a la programación. No llegó a las nuevas audiencias. Quizás estaba mal colocado en el horario. La programación se hace por ‘error-corrección’, como decía Enrique Atonal. Otro ejemplo que explica esto, es el caso del programa ‘Territorio de Arte contemporáneo’. Se puso en el internet. Había links. Lo pusieron a las 11 de la noche, pero al año siguiente lo pusieron a las 11 de la mañana. Fue una idea de Carmen Limón, y prácticamente fue porque había un déficit en la producción en ese momento. Pero la sorpresa fue de que hubo llamadas (Cortés, 2008).

El *diseño de metodologías de programación* es un trabajo complejo para los realizadores, pues refleja la necesidad de buscar otras estrategias de programación, como emprender una campaña de difusión con las audiencias cuando se lanza un nuevo programa o ensayar nuevas formas de narrar historias y de producción. La situación se complica aún más porque la mayor parte de la programación es en vivo y es difícil darle seguimiento. “Los programas son muy diversos”, dice Calderón, “y la dirección no puede

fiscalizarla. La mayoría es en vivo, y es difícil controlarla, y hay diversidad de posturas” (Calderón, 2008).

Como parte de las estrategias de programación, los realizadores han aprendido a tomar en cuenta la opinión del radioescucha. Sin embargo, debido a que no hay criterios o una visión amplia sobre criterios de programación, cuando se planea un programa los productores no suelen atender a ciertos grupos sociales en las emisiones.

Ya se ha afirmado anteriormente que la idea de diversidad y pluralidad queda al libre albedrío de los realizadores, quienes han desarrollado estrategias particulares para sus producciones, en muchos casos las propuestas de contenidos está relacionada con los criterios personales de los realizadores.

El problema es en el criterio de la programación. Por ejemplo, hay muchos grupos sociales que tienen necesidad de un proyecto, pero si al productor no se le ocurre, entonces no lo habrá porque no hay un diseño de programación (Calderón, 2008).

Los realizadores han tenido que aprender a diseñar sus propias estrategias y han desarrollado formas creativas que muy diferentes a la de la radio comercial o sistemas públicos en el mundo como la BBC o la radio pública en Estados Unidos. Al igual que Calderón, Limón dice que algunos productores más experimentados se basan en las necesidades de la audiencia, y con esta información los realizadores deciden el tipo de contenidos a producir:

Se buscaban horarios que fueran sintonizados por adolescentes y adultos. Los estudios de audiencia no sirven, los de Arbitron, Ibope, etc. Y nos guiábamos por las producciones históricas, y luego las coproducciones, y en el *feeling*. Los productores tienen buen *feeling*. Qué te dice que esto puede estar aquí o allá. Pita tenía más idea, porque revisaba INRA y Olga Durón, porque revisaban los medios comerciales, y luego se tenía que negociar con los productores, porque son territorios ganados. Eso representaba una dificultad, y otros productores eran más flexibles. Así se lograba que programas como “El Chahuistle” tuvieran muchas llamadas. Mientras no haya una metodología confiable que te diga dónde está el público, no puedes saber. El público es muy clientelar, como ‘Del campo y de la ciudad’. Afortunadamente en Radio Educación hay un equipo de productores que conoce su trabajo. Coincidimos con la opinión de los productores y los indicadores. No hay metodologías para radios públicas. No hay estudios de consumo. Lidia dijo que por eso no vale la pena pagar dinero (Limón, 2008).

El diseño de la producción y programación de contenidos recae en los realizadores, entre los cuales existe una reflexión sobre su rol como pedagogos sociales o agentes del cambio social; por ejemplo, piensan en temas para producir que no se encuentran en otros espacios, y son temas o contenidos que están centrados en dar

información objetiva al ciudadano. Como parte de la reflexión, de acuerdo con Calderón, ellos escuchan al público sobre la información que demanda:

“Los productores tienen un ideal de producción. Son bastante congruentes. Por ejemplo, salió del aire ‘Sexualidad en tu propia voz’, pero regresó por el reclamo de la gente. Sobre todo, porque no hay oferta para jóvenes” (Calderón, 2008).

No cabe duda que los realizadores juegan un papel preponderante en la estación sobre las decisiones de producción y programación, aunque sus propuestas no siempre sean escuchadas por la dirección.

Limón (2008) menciona como ventaja el hecho de que hay diversidad de creadores en la estación, aunque los programas se parezcan mucho. A veces, cuando se recibían propuestas eran para el público en general, pero pocos se dedicaban a niños.

Pero quizá no es que haya diversidad de creadores, porque la diversidad de estilos de producción y visión sobre los temas que se abordan es muy similar, como misma Limón lo afirma.

Para los realizadores, la administración de Camacho fortaleció el desarrollo de la estación, pero también tuvo matices que formaron parte de este conjunto de problemáticas que limitaron las actividades cotidianas de producción en la *XEEP*. Al hacer un balance final de la *gestión* de Camacho, Rodríguez (2009) considera que hubo un desarrollo debido al buen manejo de los recursos por parte de la directora; se ejerció todo el dinero, cosa inusual en la emisora, y gracias a ello hubo presupuesto para que Radio Educación se internacionalizara.

Cortés (2008) también concuerda que en la gestión de Camacho se fortalecieron diferentes áreas de la producción, las cuales fueron bien recibidas por parte de los productores. De acuerdo con Cortés, Lidia Camacho consiguió varios logros que posibilitaron la “entrada de Radio Educación al siglo XX”, como reconstruir la fonoteca, apoyar a productores para que obtuvieran becas y reestructurar el área de producción, entre otras cosas. Para la entrevistada, hubo una mayor relación con CONACULTA que en la administración anterior; en parte por eso hubo mayor apoyo a la emisora en sus actividades de producción.

Lidia Camacho fue muy hábil políticamente. Se supo colocar, porque ya pertenecíamos a Conaculta con Pi Orozco, y no había apoyo. Radio Educación estaba en nada. Lidia conecta bien con Sari Bermúdez. Sari queda bien colocada y los proyectos de

CONACULTA están tan dispersos, que Lidia tuvo la visión de convencer a Sari de que, si ella trabajaba con Radio Educación, se le redimensionaría su trabajo (Cortés, 2008).

Cortés también considera que la gestión de Camacho se caracterizó por fomentar la participación de los productores para que abrieran nuevos programas, ya que hubo una búsqueda de creatividad para poder transmitir distintas sonoridades. Sin embargo, Cortés dice que, mientras algunos productores se adaptaban a las nuevas formas de realización, otros no tenían disposición ni ganas de producir contenidos innovadores:

Había muchos productores que no tenían disposición y no tenían la búsqueda. Pero si tienes una productora, como Lulú [Muggenburg], que se asusta pero te escucha... y saca a delante el proyecto, entonces te vas con esta productora porque un productor debe tener una gran capacidad de adaptación de rescatarse y renovarse (Rodríguez, 2009).

Es interesante observar cómo a veces la dirección puede otorgar las condiciones para promover cambios que fortalezcan la producción, pero en ocasiones son los trabajadores quienes no quieren mejorar; esto limita las actividades de producción de la emisora, lo cual se refleja en los formatos y contenidos de la emisora.

Hubo otros casos, por el contrario, en los cuales la participación de los productores por iniciativa propia contribuyó a fortalecer la gestión de Lidia Camacho; uno de ellos fue la regularización de los salarios directos:

Los productores fueron al Congreso para que una partida que se les daba anualmente, pasara a salarios directos. Entonces se regularizó la situación. Este proceso se lo adjudicó Lidia Camacho, pero fue una lucha de todos... Lidia tenía colmillo, pero en realidad Hilda Saray [Gómez] lo concretó como delegada (Cortés, 2008).

Cortés añade que la gestión de Camacho fue aparentemente abierta y se tomaron en cuenta las ideas de productores y del sindicato, por ejemplo, cuando se renovó la programación. Pero esto al mismo tiempo fue un arma de dos filos porque generaba confrontación entre las perspectivas administrativas de la emisora y las profesionales del equipo de producción. Al final, dice Cortés, a pesar de las discusiones, quien terminaba tomando las decisiones importantes era la directora:

La discusión se ha hecho agria porque las plazas se han ido llenando con una visión muy laboral. No profesional. El líder sindical pide su presencia en el comité de evaluación, pero su visión es muy laboral. Es decir, hay una democracia ramplona. Los criterios son muy laborales y no desde la perspectiva de producción (Cortés, 2008).

Aparentemente, de acuerdo con los testimonios, durante la gestión de Camacho, hubo mecanismos que permitían la participación de los productores, pero en el fondo, fue

una de tipo autoritaria en donde las decisiones estaban centradas en la directora. Éste es otro aspecto que limita el desarrollo de una emisora la cual, se refería a sí misma, como una que intentaba asemejarse a un medio de servicio público.

Ante tal circunstancia, en este periodo, tanto el sindicato como el comité técnico de programación fueron dos órganos independientes dentro de la emisora que en ocasiones sirvieron para hacer contrapeso a las decisiones autoritarias de la directora, y fueron un instrumento importante de participación de los realizadores: “El trabajo que se hace dentro de él es importante”, dice Cortés, “pero el comité no siempre funciona porque no cumple con el rigor”.¹¹⁷ Además, como lo han dicho otros entrevistados, a veces ha servido para que algunos trabajadores mantuvieran sus cotos de poder.

Los productores y funcionarios describen la gestión de Camacho como una que tuvo varios logros; sin embargo, es oportuno recordar que durante su administración no se elaboraron criterios de producción y programación que hubieran permitido robustecer a la estación para las siguientes administraciones. Tampoco se concretaron acciones administrativas que permitieran abrir nuevos puestos para el personal creativo: en la estación, aún se tienen que hacer muchos trámites para liberar plazas, lo cual evita que se integren nuevas voces y visiones de jóvenes radioastas,¹¹⁸ quienes tienen habilidades académicas y profesionales en medios (entrenamiento digital y en metodologías de investigación, por ejemplo).

Carmen Limón (2008) parecía encontrar un par de alternativas: a) propiciar que haya retiros voluntarios, aunque el problema es que los realizadores no se querían jubilar; b) otra posibilidad era que los productores experimentados capacitaran a las nuevas generaciones para que crearan sus nuevos estilos y lenguajes de producir radio. Pero esta conversación era casi inexistente, en este periodo, en los pasillos y en la dirección de la emisora y, por consiguiente, no se vislumbraba ningún cambio en los siguientes años.

¹¹⁷ En palabras de Cortés, el comité se creó justo por los abusos que había cometido la dirección y la SEP en la década de los ochenta: “La huelga fue en el 87, la de Marcial Alejandro. El pleito fue porque se habían ganado plazas que habíamos ganado cuando Granados Chapa era director, pero nos las quitaron y nos pusieron de confianza, y uno de los logros de esa huelga fue que se creara un comité técnico en donde los productores pudieran tomar decisiones colegiadas”. Este episodio ya fue explicado en el capítulo tercero de este trabajo.

¹¹⁸ Radioastas es un término común utilizado en el mundo hispano para denominar a los profesionales creativos de la radio.

Finalmente, cabe precisar dos cosas: a) El desarrollo de una estación no sólo se debe a una buena gestión, sino también a políticas federales que generen las condiciones para el desempeño adecuado de una institución. b) Durante el sexenio de Vicente Fox, recordemos que, si bien el presupuesto nunca fue alto para Radio Educación, sí fue creciendo año con año durante el periodo 2001-2006, lo cual le permitió mejorar muchas de sus actividades de producción y programación.¹¹⁹

4.3.2 Análisis de la programación en Radio Educación

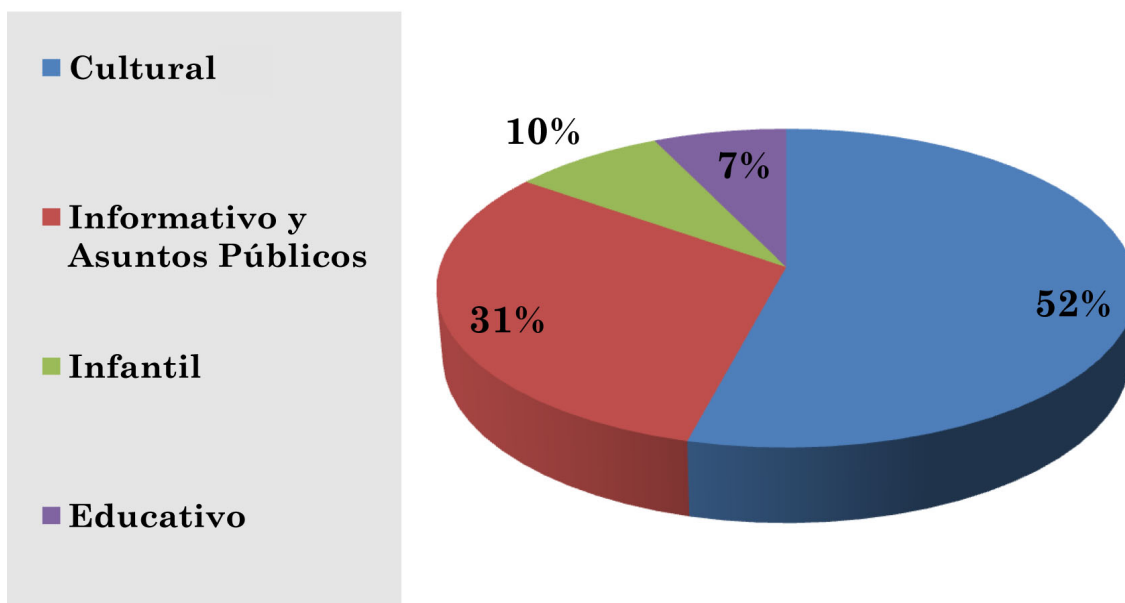
Al igual que lo expresaron los realizadores, el análisis de la programación refleja que Radio Educación ya no sólo se distingue por cumplir una función educativa en su programación como se lo proponía desde su origen, sino una estación con un perfil de programación cultural, informativa y de asuntos públicos.

El 52 por ciento de la programación está dedicado a programas culturales, el 31 por ciento a aquellos informativos y de asuntos públicos, y el 10 a los infantiles y el 7 a aquellos educativos. Por lo tanto, demuestra que ha rebasado su misión como radiodifusora educativa, cuando la “1060 de AM” reabrió sus puertas en 1968.¹²⁰

¹¹⁹ Véase el alza en los presupuestos durante este sexenio en el capítulo tercero.

¹²⁰ Estos datos corresponden a la barra programática analizada del 17 al 23 de octubre del 2005.

Distribución estadística de la programación por género



Cuadro de elaboración propia

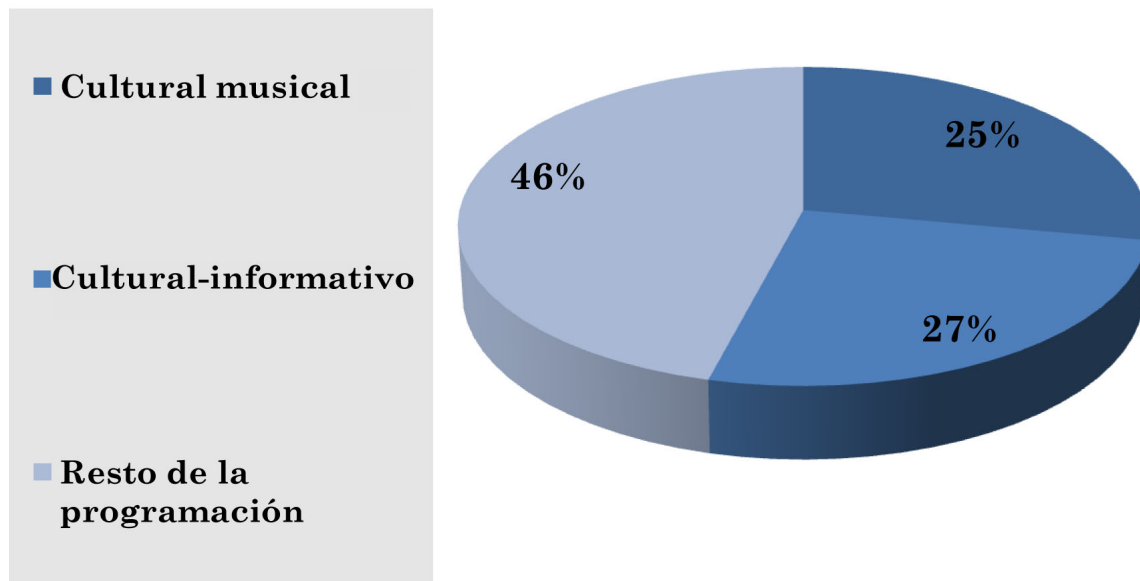
Es un hecho que Radio Educación se ha ido adaptando a algunas de las necesidades sociales del auditorio, que como ya dijimos, buscaba otras opciones de información y entretenimiento mediático; particularmente se observa el fortalecimiento de la programación informativa, cultural y educativa durante el periodo de la gestión 2000-2006. Al respecto, algunos estudiosos de la radio, como Alma Rosa Alva de la Selva, consideran que los cambios se deben al trabajo institucional que se edificó desde los orígenes de la emisora y surtieron mayor efecto durante este periodo:

La orientación que la *XEEP* refleja en los últimos tiempos, más hacia una programación de corte cultural que con fines educativos (es decir, más como espacio para divulgación de la cultura que como medio de apoyo a la educación formal), puede atribuirse a la mayor participación del CONACULTA en las tareas de la emisora, con el consecuente cambio en las políticas para la programación (Alva de la Selva, 2008).

Al igual que Alva de la Selva, como ya se mencionó en líneas anteriores, existe un consenso en la percepción de los realizadores y académicos sobre cómo en este periodo hubo un acercamiento de Radio Educación con el CONACULTA lo cual acentuó su corte cultural.

Los *programas culturales* son los que conforman más de la mitad de la programación con el 52 por ciento, dentro de este porcentaje, distinguimos dos tipos de programación, los musicales que representan el 25 y los informativos el 27.

Programación cultural



Cuadro de elaboración propia

Los programas culturales contribuyen a narrar los acontecimientos actuales de la vida cultural del país, sobre todo en lo que se refiere a las bellas artes y al patrimonio cultural de la humanidad; asimismo, sirven como refuerzo para los contenidos escolares y valores cívicos. Programas como “Pueblo en patinetas”, “Raiz Grabada”, “Vida al aire”, “Alas y raíces” y “De puntitas”, son ejemplo de ello.¹²¹

Dentro de los programas musicales, se escucha una gran variedad de música (expresiones de la cultura popular, contemporánea y alta cultura) desde sones hasta jazz. Particularmente, lo que distingue a esta parte de la barra programática es la contextualización que se elabora alrededor de la música. Por ejemplo, se explica su

¹²¹ En la primera parte de este capítulo se puede encontrar la lista de los programas analizados.

historia, se producen perfiles sobre cantantes e incluso hay invitados a los programas en donde hablan sobre su obra.

Los programas musicales tienden a mostrar una diversidad de distintos géneros mediante la contextualización del origen histórico de la melodía o canción, en particular la intencionalidad política; con lo cual los locutores dotan al escucha, de manera lúdica, de información que muestra diferentes visiones del mundo que a la larga coadyuban al desarrollo de la pluralidad cultural y política.

En la barra analizada, el programa “Voces”, producido por “Radio Netherland”, de los Países Bajos, ejemplifica el punto anterior. Se trata sobre música árabe en Venezuela. En el guión se explica la historia de la música y se discute, de forma entretenida, su relación con la cultura venezolana. Otros más, como “Raíz grabada”, programa que trata sobre el son, es uno que aborda el tema de forma muy especializada, pues incluso en la edición analizada cuenta con un invitado que traduce la complejidad de aquella música.

Llama la atención que algunos de los programas registran más de 500 ediciones para octubre de 2005 y los productores conocen muy bien el ángulo de los contenidos; “Datos para una historia no escrita” y “El Chahuiztle” son muestra de ello.

En general, en las producciones musicales, al contextualizar sobre el origen de la música, se invita a la reflexión y se ofrece información en relación con la música escuchada. Siempre se nota un ángulo crítico, son cuidadas en su producción y muestran el patrimonio cultural de diversas partes del mundo. Programas como “Todo se escucha en silencio”, “El trovo y la versada”, “Posibilidades sonoras”, “Sonidos de la huasteca” son una muestra de producciones que tienen específicamente dichas características.

La programación cultural, sobre todo aquella musical, es en definitiva la más diversa en la emisora; conforma el 28 por ciento de la barra. Muestra una riqueza que se adentra las expresiones ideológicas y perspectivas de pensamientos más profundas del país, de América Latina y de diferentes regiones del mundo (18 programas están dirigidos a estos temas), como aquella escuchada en la producción “El arte de escuchar” o en la dedicada a la vida de “Miles Davis”. La variedad de géneros musicales conlleva a la diversidad de contenidos, porque la explicación que hacen los presentadores articula las diferentes perspectivas culturales que giran alrededor de la música. En el corpus

analizado hay al menos nueve tipos de géneros musicales y están bien proporcionados a lo largo de la barra programática—desde música folclórica mexicana y latinoamericana, española, jazz, blues, entre otras.¹²²

El Radioarte o Arte sonoro—como también es conocido—forma parte de la programación musical. Hemos dicho que este género fue impulsado por Camacho. Su presencia es apenas visible en la programación, pero su calidad merece reconocimiento. Por ejemplo, en el programa de “El arte de escuchar radioarte”, el cual es un paisaje sonoro de Finlandia, se sugiere una historia a través de la música y logra recrear imágenes sonoras muy vivas de aquel país.

La introducción de este género ha sido un ejemplo de cómo nuevos formatos experimentales, cuyo lenguaje es complejo, pueden enriquecer la programación, porque también traen nuevos contenidos de forma muy creativa y sugerente, dotados de un guión bien estructurado y escrito. Algunos observadores de la radio han sostenido que México se caracteriza porque en años recientes se han multiplicado los formatos, pero no los contenidos (Winocur, 2002); mas la introducción del radioarte, matiza dicho precepto. Al desarrollo de este género híbrido, le antecede un largo trabajo que inició con la administración de Camacho.

La difusión de la cultura de las llamadas bellas artes tiene la mayor presencia en la barra de la emisora, después de los programas musicales: producciones sobre poesía, arte, literatura, lengua, cine; asimismo, se cubren dos festivales: el Cervantino (“Cervantino al aire”), y el de Morelia (“Gente de cine”).

Dentro de este tipo de programación, se observa que se le dedica espacio a programas de la vida cotidiana, como la comida. Aunque no se tienen datos de audiencia para el 2005, de acuerdo con los realizadores, los programas han construido un público, sobre todo porque se han transmitido durante varios años al aire; en muchos casos, han estado los mismos productores a cargo, quienes han creado un estilo de producción.

En el corpus seleccionado de los programas dedicados a las bellas artes y a la difusión del patrimonio de la cultura, algunos de los productores tienden a mostrar una gama de temas que enriquecen la información de los escuchas sobre personas y acontecimientos que suceden en México y en el mundo. Además, éstos hacen un esfuerzo

¹²² Ver tabla de clasificación por temas en el apartado metodológico.

por visibilizar a creadores que no siempre tienen cabida en otros medios de comunicación, sino a aquéllos que contribuyen, con su talento, a sus localidades y regiones de origen. Tal es el caso de los programas “Todo se escucha en silencio”, “Sonidos de la huasteca”, “Posibilidades sonoras” y “Fonemas y dilemas”, por citar algunos ejemplos. En este último, por ejemplo, a partir de una palabra, explican diversas cosas y lo relacionan con la cocina. Además, la conducción y la voz del presentador contribuyen a que los contenidos sean claros y amenos.

Sin embargo, éste no es el caso de todos los programas analizados, porque la mayoría de este rubro tiene una manera muy formal de presentar los temas. Si a esto le sumamos que los contenidos son muy especializados, los programas pueden limitar el espectro de audiencia.

Tanto en los programas culturales-musicales como en los culturales-informativos, encontramos *programas lúdicos y festivos*, los cuales de manera amena e inteligente motivan a querer aprender sobre temas de la sociedad y la cultura. En otros, por ejemplo en los programas de corte musical, se explica sobre la manifestación cultural del jazz en Nueva Orleans; sobre la influencia de los jugadores y trovadores en la música venezolana, así como su influencia árabe. En “Raíz grabada”, no sólo se escuchan sonos huastecos, sino que un especialista explica y contextualiza cada una de las piezas. Asimismo, se relata la vida de personajes mexicanos, como el poeta Efraín Huerta o la bailarina Lourdes Luna, lo cual es una invitación para acercarse a la poesía, además porque son de los pocos espacios en México en donde se puede conocer de la vida de estos creadores.

Es interesante subrayar que Radio Educación ha desarrollado en México un estilo lúdico de hacer radio; es una forma de producción diferente a la de la radio comercial y otras estaciones de gobierno. Aunque existe un exceso de formalismo y rigidez en algunos conductores y el nivel de la festividad no es igual en todos los espacios, en otros de los programas—como “Sexprovoz” o “Alas y Raíces”—las narrativas dotan de información al escucha con conversaciones bien argumentadas y elementos de producción mediante un tono pausado que puede ser amigable para los escuchas.

Además, cabe destacar que la emisora es una de las radios estatales en México que más programas produce hasta la fecha. Como se analizó en el capítulo anterior, desde

su apertura cada año fue sumando la producción de más contenidos. En el corpus estudiado, el 96 por ciento fueron programas producidos por la estación.

Mediante los programas que siguen un formato cultural-informativo (27 por ciento), el escucha tiene acceso a diferentes formas de pensamiento. Los *perfiles* radiofónicos producidos en los programas “Vida al aire”, “En el fondo somos así”, “Mi otro yo”, por citar algunos casos, son muestra de ello.¹²³

Resulta interesante que se le dedique el casi 10 por ciento de la programación total a la producción de perfiles, los cuales son producciones de alta calidad. Radio Educación es de las pocas estaciones en el país y en América latina que ha desarrollado este género; realizadores, como Guadalupe Cortés, incluso lo han hecho evolucionar al buscar mejores formas narrativas, mediante el sonido y las nuevas tecnologías, para contar las historias. Muchas veces se trata de personajes que hacen una gran contribución a las artes y la cultura de México o el mundo, pero que no son visibilizados por otros medios de comunicación.

Dentro de los *perfiles* hay dos que llaman la atención: “Vida al aire”, retrata la vida de una bailarina, y la segunda, “En el fondo somos así”, es una entrevista con un documentalista. Ambos personajes ejemplifican la producción de dos creadores, quienes comparten su trabajo y cómo se formaron patrimonio profesional. Cada personaje tiene un adentro inusual, lo cual le da un valor noticioso al programa. Las técnicas para explicar sus vidas utiliza el formato de la entrevista. En el primero, “Vida al aire”, la bailarina cuenta su vida en primera persona, mientras que en el segundo, las preguntas del presentador guían una conversación articulada, en donde es notoria la especialidad del presentador en el tema. Ambas historias evidencian cómo el trabajo de ambos creadores invitados forma parte de la vida cultural de este país y se convierten en una ventana para que los escuchas puedan conocer más sobre su patrimonio cultural.

Es un hecho que los espacios culturales-informativos (27 por ciento) se han convertido en una de las mayores fortalezas de la barra de Radio Educación. Programas como “Aquí estamos” y “Al rojo vivo”, reflejan un largo trayecto trazado por productores

¹²³ Un *perfil radiofónico* es un género radiofónico informativo que consiste en la entrevista de un personaje. Muchas veces la conversación con el invitado puede ser mediante preguntas y respuestas; o bien, se puede escuchar solamente la voz del entrevistado y, en ocasiones, una contextualización hecha por el periodista alrededor de la voz del entrevistado.

desde los orígenes de la emisora, el cual ha seguido su camino a pesar del cambio de las administraciones y, en algunos casos, de su estrecha visión.

Entre ellos destacan los programas dedicados a las culturas indígenas, los cuales ofrecen una perspectiva histórica a los contenidos; en ellos se utilizan recursos de producción para explicar y reconstruir con imágenes sonoras y narrativas, como el programa “Al rojo vivo”, en formato de reportaje, sobre los sacrificios de los Mexicas. Es un espacio crítico en el que participan especialistas quienes ofrecen diferentes puntos de vista que evitan sesgar la información; además, la musicalización y narración permiten entender, de manera amena, el porqué del rito. “Al rojo vivo” es un programa en el que se motiva al escucha a entender formas de vida que existían en el pasado y no juzgar prácticas culturales que pueden parecer muy ajenas a las actuales.

Hasta el 2006, la *XEEP* era una de las pocas emisoras en el país que tenía programas culturales-informativos dedicados a los indígenas (3 por ciento); hacían un gran esfuerzo por representar sus mundos de vida con seriedad sin crear estereotipos y con el fin de ampliar el entendimiento de sus culturas.

Otra de las aportaciones de la emisora se encuentra en el 3 por ciento de la programación que corresponde a los noticiarios culturales (de media hora); se trata de dos informativos sobre la agenda cultural en el país podrían parecer poco para una radio que se perfila como cultural. Pero significan mucha presencia cuando la producción “Su casa y otros viajes” es probablemente el noticiario cultural de la radio estatal y cultural que le dedica más tiempo a estos temas.

La dramatización es uno de los formatos más viejos en la historia de la radio en México, y Radio Educación lo sigue utilizando para realizar series sobre personajes históricos o adaptaciones de novelas. La radiodifusora, desde hace varias décadas, ha creado una escuela en este rubro, en las que han participado voces como las de Ignacio López Tarso. Por ejemplo, la serie “Así asesinaron a Trotsky” es una dramatización que narra la vida del personaje que de forma amena y lúdica se puede aprender algunos pasajes de la biografía de León Trotsky.¹²⁴ Es importante señalar que mientras en otras radiodifusoras tanto comerciales como no comerciales este género ya casi no se escucha,

¹²⁴ “Así asesinaron a Trotsky” fue una retransmisión pues la producción original es de *Radio UNAM*, el productor fue Emiliano López Rascón (http://www.universia.net.mx/index.php/news_user/content/view/full/26039/)

Radio Educación lo sigue programando. Además de que el formato enriquece la programación cultural no sólo por su nivel de producción, sino porque un contenido biográfico como éste contribuye a fortalecer el bagaje histórico de los radioescuchas y puede ser un apoyo incluso para contenidos escolares.

La *XEEP* cuenta con productores que llevan trabajando desde sus inicios; ellos han sido un pilar importante para darle continuidad a los proyectos y construir la identidad programática de la emisora. Productores como Guadalupe Cortés, se han ido especializando en diferentes saberes como la literatura, o Cruz Mejía en música popular.

La programación cultural se ha dedicado a difundir la cultura de México y del mundo, especialmente las bellas artes. Pero aún faltaría entender otras manifestaciones de la cultura en su más amplio concepto a través de producciones que atraigan a un tipo de audiencia más diverso, como adolescentes y la tercera edad, quienes están interesados en una multiplicidad de temas como videojuegos, sexualidad, tecnología, entre otros. Temas tratados desde una perspectiva crítica y, como lo menciona el investigador Néstor García Canclini, “tomando distancia de los condicionamientos comerciales” (García, 2008).

Hemos dicho que para el 2005 no se contaba con estudios de audiencia, y eso dificultaba en gran medida saber las necesidades culturales de los escuchas. Por otra parte, el tratamiento de algunos temas es complejo, y muchas veces es difícil de digerir estos asuntos con facilidad; además, la producción de los programas no mantiene la misma calidad en las producciones, y eso demerita la programación cultural.

Como lo expresaron los realizadores, mientras los *programas informativos* se fortalecieron en la administración 2000-2006, los noticiarios se quedaron estancados sin propuestas reales que los impulsaran para ofrecer una información más profunda, plural y crítica—una información que, aparte de contribuir a formar opiniones en los escuchas y hacerlos reflexionar sobre diversos asuntos sociales, pudiera ampliar la discusión de la vida pública.

A pesar de ello, de acuerdo al corpus estudiado, los tres noticiarios de información general son uno de los pilares de la barra programática; hacen un gran esfuerzo, con muy limitados recursos de producción, para ordenar la agenda informativa del país y del mundo. Los cuatro noticiarios conforman el casi 6 por ciento de la programación, lo cual es un tiempo reducido para ofrecer a los escuchas un panorama

informativo y de opinión con especialistas. “Pulso de Radio Educación”, es el noticiario producido en casa y tiene 5 emisiones: “Pulso de la mañana”, “Pulso de la tarde”, “Pulso de la noche”, “Avance informativo”, “Pulso sabatino” y “Pulso dominical”; como ya se mencionó, el equipo de producción cuenta con siete reporteros de tiempo completo, lo cual no es suficiente para cubrir la alta demanda de eventos que hay en el país.

Al igual que la mayoría de los formatos, los noticiarios también se caracterizan porque a las voces les falta expresividad. Pero a comparación de los conductores de los noticiarios comerciales del cuadrante, se diferencian porque no “gritan” y en sus entrevistas son más respetuosos con los interlocutores; tampoco llegan a actuar como policías o evangelistas de la verdad, o a enjuiciar a políticos de medio rango. Asimismo, hay un mejor cuidado en la redacción de los guiones en comparación de otros espacios radiofónicos.

“Pulso” es de los noticiarios con mayor ángulo crítico en el cuadrante, aunque ya se mencionó que veces alguna noticia podría favorecer a los partidos de izquierda sobre todo en coyunturas políticas determinadas; de hecho, en el corpus de estudio se aprecia hubo varias menciones para el Partido de la Revolución Democrática. Asimismo, el noticiario es de los mejores escritos en el cuadrante, sobre todo las emisiones de fin de semana, porque goza de reporteros con experiencia en el trabajo de sus fuentes y redactores con larga trayectoria en la escritura de noticias, como es el caso de Tomás Domínguez.

Por medio de programas como “Pulso”, Radio Educación se ha convertido en un referente informativo y de orientación pública sobre el acontecer internacional. Mediante estas realizaciones, se escucha una perspectiva internacional diferente a lo que se difunde en los medios de comunicación del país; esto es importante, sobre todo, cuando México en esta época se encontraba relativamente aislado de lo que acontecía en el mundo y las secciones de los noticiarios y páginas internacionales de la prensa escrita eran muy escuetas.

Los programas internacionales de Frida Modac, de la BBC y RFI funcionan como una ventana para que los ciudadanos puedan ampliar sus criterios sobre lo que sucede en otras partes del mundo—hecho que es trascendental para un país que aspira al desarrollo económico en un contexto global. Estos espacios informativos, aunque son producciones

européas, buscan tener una perspectiva latinoamericana e intentan mantener criterios de imparcialidad, precisión, transparencia e independencia editorial. Los reporteros son latinoamericanos y altamente capacitados, y la redacción trata de ser lo más cuidadosa posible. En sus reportes se dan dos visiones de los hechos y evitan no dar opiniones a menos que haya comentaristas o que se trate de una injusticia social catastrófica. La producción de los noticiarios podría limitarse a un estilo periodístico que se desarrolló durante la posguerra, pero los esfuerzos en el manejo de voz y al tratamiento de la información le dan dinamismo a las emisiones.

Probablemente ésta es otra de las razones por las cuales los informativos de Radio Educación son un referente importante para los ciudadanos, a pesar de sus limitaciones: rigidez en el formato; horarios acotados de transmisión; la necesidad de incorporar más elementos de producción, como resúmenes y cápsulas informativas; la ausencia de lineamientos de producción, y las limitaciones para realizar un periodismo de investigación.

Por otra parte, como ya se ha mencionado, los contenidos informativos y de asuntos públicos se fueron fortaleciendo dentro de la programación durante el sexenio estudiado, en parte porque había una necesidad de renovar programas que habían seguido con la inercia de la estación; de esta lógica se generaron nuevos programas de este corte, como “Punto de Encuentro” (Rodríguez, 2009).

El fortalecimiento de los programas informativos puede tener varias razones, pero hay una en especial que es económica. Los tabuladores para un programa informativo son mayores que para uno educativo, con lo cual, en opinión de Calderón, “ya se está viendo un criterio donde se valoran más los programas informativos” (Calderón, 2008).

De acuerdo con los tabuladores proporcionados por Radio Educación, las coproducciones para programas educativos se pagan menos que las de otro género; por ejemplo, por 60 minutos un productor gana en una coproducción educativa mil 60 pesos, mientras que en una coproducción externa se paga a mil 188 y una con organismos internacionales a mil 487.¹²⁵ Esto también puede explicar por qué el 31 por ciento de la barra programática es de programas informativos y el 7 de educativos.

¹²⁵ Información proporcionada por el departamento de Recursos Humanos de la emisora.

Como lo hemos analizado ya en este trabajo, Radio Educación incrementó en este periodo el número de programas sobre *asuntos públicos* que trataban temas políticos y sociales; de hecho, el 10 por ciento de la barra programática estaba dedicado a este tipo de temáticas. Destacaban cuestiones dirigidas a problemas contemporáneos, desde la relación de los medios de comunicación con la sociedad hasta los que discutían sobre la discriminación o la tolerancia. Algunos contenidos se adentraban a fenómenos sociales de forma interesante que no muy fácilmente se abordaban en los medios de comunicación o en otros espacios de la vida pública; temas como las drogas, el fenómeno de la “Mara” en Salvador o de sexualidad para adolescentes, eran ejemplo de ello.

Radio Educación ha logrado construir en la última década una sección programática de contenidos que debaten temas contemporáneos desde una perspectiva informativa y crítica. En este respecto, se puede ilustrar el caso del programa “El fin justifica los medios”, el cual se ha convertido en un punto de referencia para ciudadanos y profesionales interesados en la relación de los medios de comunicación con la sociedad. Hasta esta fecha, el programa lleva más de 15 años en el cuadrante y la producción consiste en difundir información general, entrevistas con especialistas, entre otras secciones; cabe señalar que en el cuadrante mexicano es de los pocos programas en su tipo.

Sin embargo, existen otras voces que necesitan ser más escuchadas en la barra programática: inmigrantes; ancianos; personas discapacitadas; prostitutas; mujeres solteras; enfermos mentales; enfermos que abusan de sustancias tóxicas, como el alcohol o drogas duras; grupos LGBTTTIQ;¹²⁶ negros; judíos, por citar algunos ejemplos. Son sectores étnicos y políticos que residen en México y que no tienen mayor representación en la barra. Pero resta un grupo más: aquel de adolescentes es únicamente atendido en el programa “Sexualidad en tu propia voz”. Sin embargo, dadas las necesidades sociales del país y por conformar un número importante de la población, merecerían tener una mayor atención dentro de la barra.

Observamos que uno de los valores más importantes abordados en los contenidos es el de la tolerancia, el cual refleja cómo los productores se han ido incorporando las

¹²⁶ La sigla LGBTTTIQ significa: Lesbiana, *Gay*, Bisexual, Transexual, Transgénero, Travesti, Intersexual, *Queer*.

nuevas narrativas sociales en sus programas; el 11 por ciento de los programas del corpus trata este tema. “Iguales pero diferentes” es una producción cuyo objetivo es hablar de la discriminación y la tolerancia. La producción ha beneficiado el punto de vista crítico en que son abordados los contenidos: la información es clara, precisa y entretenida e invita a la reflexión sobre dichos temas, los cuales por cierto no son discutidos en la radio y en los medios de comunicación en general desde la misma perspectiva crítica como lo hace “Iguales pero diferentes”.

Es un programa que es coproducido con la CONAPRED (Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación), lo cual ayuda a mantener la calidad en la producción, pues la institución ofrece recursos financieros que permiten retribuir económicamente a los realizadores. En este sentido, observamos que en particular el tratamiento de la información y la calidad de la producción en las coproducciones están muy cuidadas; tiene que ver con que existe un trabajo interinstitucional entre una organización, como CONAPRED, que pretende difundir su misión, objetivo y contenidos. Además de que hay mayores recursos para las coproducciones y esto también es un incentivo para que se le ponga más exigencia a la producción.

Esto es cierto, cuando la mayor parte de los realizadores (guionistas, investigadores, musicalizadores, coordinadores de información, asistentes de producción, algunas voces) de Radio Educación trabajan por honorarios; al menos, para Calderón esto es claro: “Hacer una coproducción es una de las únicas posibilidades mediante las cuales te puedes hacer llegar de recursos propios; cada programa de éstos se paga alrededor de 700 pesos por concepto de producción o coordinación; todo depende de la duración y tipo de programa”(Calderón, 2008).

Existe otro tipo de colaboración interinstitucional, como en el caso del programa “Hispanorama”, producido por la Radio Exterior de España. La producción consiste en un programa informativo que trata diferentes temas sociales. La edición analizada debate sobre la clonación y logra, en 30 minutos, con un guión bien escrito y narrado, profundizar en el tema y dar diferentes ángulos acerca del fenómeno.

El perfil ideológico de los realizadores se ve reflejado en el análisis de programación; específicamente en los espacios sobre política que ocupan el 6 por ciento de la barra semanal. Se trata de programas con charlas amenas en donde se invitan a

especialistas. Algunos de ellos son mediante el formato de entrevista, como “Política en plural” o “Punto de encuentro”, en el cual cuatro analistas políticos (Ricardo Rocha, Javier Solórzano, Virgilio Caballero y Miguel Ángel Granados Chapa) analizan asuntos políticos relevantes durante la semana. Los programas de índole política han jugado un papel muy importante en la barra de Radio Educación, porque contribuyen a orientar al escucha de una forma clara y sencilla sobre la vida política del país. Asimismo, se alejan de los vicios de la mayoría de los programas de corte político, los cuales se inclinan más por hacer propaganda a cierto candidato o funcionario público; polemizar un tema mediante la confrontación directa de los políticos y en donde el conductor del programa funciona como réferi y no como el moderador de una discusión, y en donde no se logra establecer un debate sino únicamente una mayor lucha por el *rating*.¹²⁷

En esas fechas, en México existían fuertes problemas de salud, como el sobre peso y la diabetes que afectaban a gran parte de la población; sin embargo, estos temas parecían ser ignorados en la mayoría de los medios de comunicación (tanto estatales como comerciales), o bien, eran tratados con superficialidad. En Radio Educación, por el contrario, se discutían como asuntos de salud pública y estaban presentes en tres programas y conformaban el 4 por ciento del total de la programación. Dos de las producciones, incluso, estaban coproducidas con el IMSS. Aunque los formatos eran sencillos, los programas ofrecían información valiosa que orientaba sobre la salud pública.

Similar situación se percibía con los asuntos de género. Hasta el 2005 los programas de género de la barra programática eran dedicados a las mujeres y representaban el 3 por ciento. Tanto los programas “Irradiando; mujeres interactivas” y “Visor Femenino” abordan diversos problemas a los que se enfrentan diferentes tipos de mujeres. El primero es una coproducción con la ONG, Sipam- Salud Integral para la Mujer y orienta a las mujeres en materia de salud pública. Los temas se abordan de forma seria y ofrecen información útil para sectores muy específicos de la población.

¹²⁷ Aunque no es parte de nuestro corpus, los programas políticos de Radio Educación fueron clave durante el proceso electoral del 2006 para elegir al candidato presidencial. Ante una invasión de información editorializada y sesgada, este tipo de contenidos ofreció un punto de vista crítico al proceso y ayudaron en gran medida a orientar al ciudadano y contextualizar la información producida en los medios y en las campañas electorales.

Los programas informativos y asuntos públicos cubren un gran espectro de temas sociales y políticos sobre México y el mundo, algunos de los cuales son poco analizados en los medios de comunicación en México y de manera crítica; mucha de esta información contribuye a que el ciudadano pueda formarse opiniones sobre diferentes aspectos de la vida social.

Dado que un gran número de programas ha estado en el aire por mucho tiempo, se ha convertido en referente informativo para los escuchas por distintas razones: se discuten los temas desde una perspectiva diferente a como lo hacen la mayoría de los medios de comunicación; las llamadas telefónicas, correos electrónicos e incluso visitas a la estación por parte de los escuchas son recurrentes; en el contenido de la mayoría de los programas se puede apreciar que invitan a la reflexión y promueven el cuestionamiento de los ciudadanos.

En el corpus se observan diversos temas sociales, como la educación (7 por ciento), salud (6 por ciento), programas sobre género (3 por ciento) e incluso los especializados en temáticas específicas como “El fin justifica a los medios”; estos tipos de temas son tratados bajo narrativas que incluyen a diversos sectores de la población. Además, en prácticamente todos los programas de asuntos públicos hay especialistas que ofrecen visiones acuciosas sobre el tema en discusión.

Se observa, al igual que lo manifestaron los realizadores entrevistados, que los programas de orientación social están alineados a una ideología de izquierda, incluso a veces militante. Por ejemplo, en los cinco programas destinados a temas sobre política electoral, se encontró que en cuatro de ellos se hace referencia a los principales partidos políticos; sin embargo, el discurso tiende a favorecer a la llamada izquierda.

Uno de los problemas de esta inclinación es que no haya un criterio de la dirección que determine la representación o referencia equitativa de grupos sociales en los contenidos, lo cual puede contribuir, como afirma la investigadora Rosalía Winocur, a “reproducir los estereotipos acerca de ‘lo que piensan la mayoría’, ‘lo que es de interés común’, y además acerca de cómo, cuándo y dónde decirlo” (Winocur, 2002: 115). Por ello, los grupos sociales tienen que aprender a negociar con la emisora y a comunicar sus necesidades, de otro modo “corren el riesgo de quedar excluidos del discurso por vía de la omisión, de la censura o por su condición de minoría” (Winocur, 2002: 115).

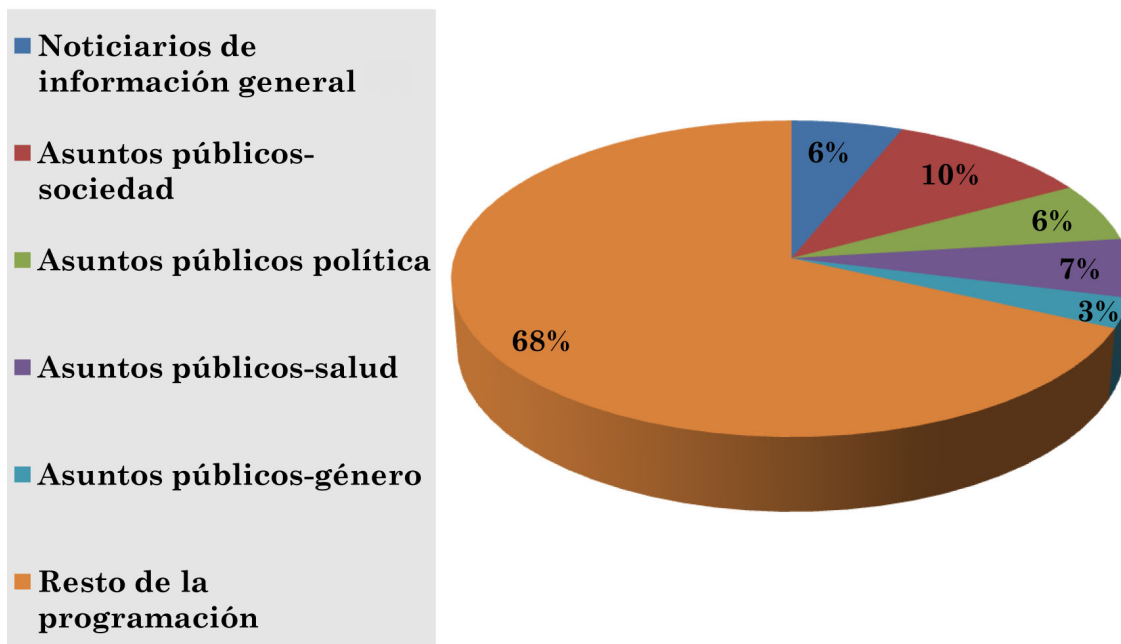
En cuanto a los programas de asuntos públicos más orientados a temáticas políticas, varían de acuerdo al productor quien dirige el programa. En algunos de éstos, como “Del campo y de la ciudad”, se define menos la pluralidad, porque las descalificaciones a partidos o a actores políticos de derecha es recurrente; tampoco se escuchan voces que contrasten la visión política del presentador. Sin embargo, esto no sucede en programas, como “Punto de encuentro”, donde los cuatro presentadores manifiestan ideas más alineadas a la izquierda, pero lo realizan con argumentaciones que respaldan el contenido de su discurso.

En este caso, no podríamos hablar de pluralidad política en Radio Educación, pero, como se mencionó en el apartado anterior, durante el sexenio de Fox, la mayoría de la información que se transmitía en el cuadrante favorecía a partidos de derecha y a la llamada “propaganda” oficial. Radio Educación, mediante esta mirada, tendía a privilegiar otro tipo de perspectivas políticas y culturales que no se escuchaban en las emisoras metropolitanas.

Esto nos conduce a cuestionamientos sobre otras formas de entender la pluralidad periodística en la radiodifusión en México, la cual necesitaría estudiarse empíricamente en un futuro.

Asimismo, aunque Radio Educación se asumía, desde la opinión de los realizadores, como una emisora que favorecía la pluralidad política y cultural, en las actividades cotidianas la programación estaba supeditada a la decisión personal de los productores quienes orientaban el rumbo de su programa. Recordemos, también que, de acuerdo con el testimonio de los mismos trabajadores, la dirección en este periodo no tuvo la voluntad de apoyar con recursos la producción de noticieros o de investigación, en donde se escuchara una mayor pluralidad de voces.

Distribución estadística de la programación de información y de asuntos públicos



Cuadro de elaboración propia

Nota: Los informativos de Radio Educación son tres: “Pulso de Radio Educación”, “Enlace BBC” y el “Servicio noticioso de Radio Francia Internacional”. Para el análisis, no se tomó en cuenta el noticiario “Hoy en el 1060”, porque es un informativo que difunde la programación del día que se programará en la emisora. Tampoco se tomó en cuenta para el análisis, “La hora nacional”, porque no es producción de Radio Educación y sólo se trasmite por obligación como parte de los tiempos oficiales del Estado.

Como ya se ha analizado, el perfil educativo de la emisora se ha constreñido a sólo unos espacios. De acuerdo con los realizadores, esto se debe a que la educación ya no sólo es enendida como “apoyo a los contenidos escolares” sino como parte de un sistema cultural más amplio. Del corpus analizado, el 7 por ciento de la programación está dedicado a programas educativos; es un porcentaje muy bajo, de acuerdo con la misión inicial de la *XEEP* de ser una radio educativa. Sin embargo, se trata de un 7 por ciento nutrido de programas que ofrecen información trascendental sobre el sector educativo; fomentan la cultura de la educación e invitan a la reflexión. Estos son

elementos fundamentales para ayudar a que los estudiantes mejoren su rendimiento escolar.

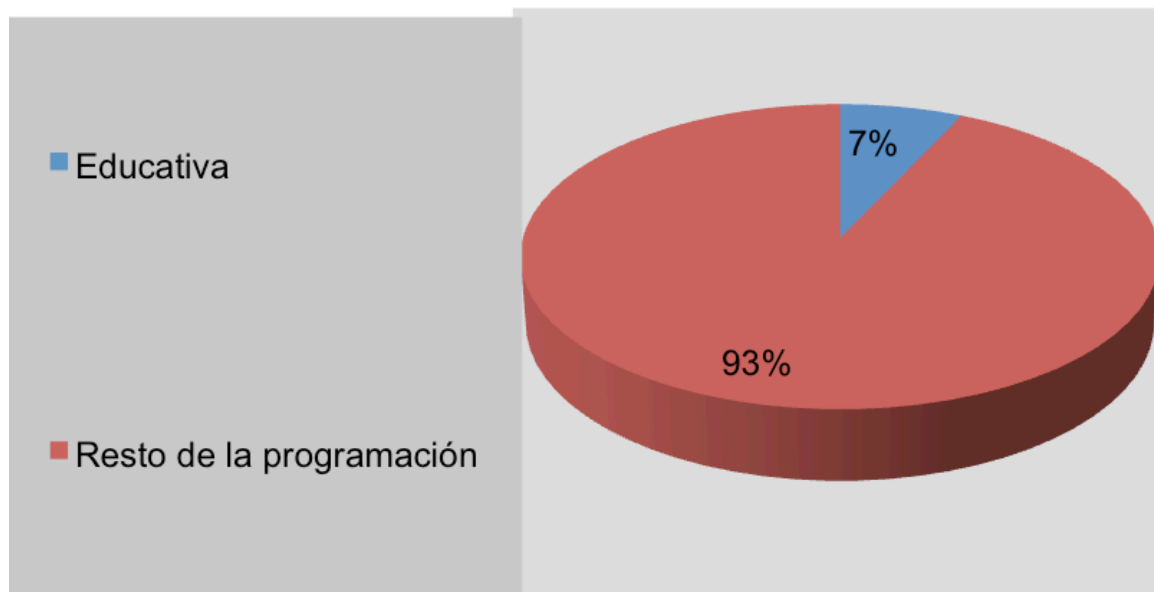
La mayor parte de los programas son coproducidos, ya sea con algunos de los departamentos de la SEP o con otra institución, lo cual como mencionamos anteriormente, contribuye a que el Estado promueva la educación en la radio estatal. Uno de los mejores programas de toda la barra es “La hora del conecte”. A pesar que la edición analizada es el quinto programa, es una realización con mucha creatividad y con una producción muy bien cuidada. En él, se adaptaron cuentos del escritor Eusebio Ruvalcaba. “Notisep” es otro programa coproducido con la SEP, el cual es un informativo que explica cómo funcionan diferentes instituciones del sistema educativo. El programa no tiene muchos elementos de producción, pero la información que vierte es muy valiosa y cumple con orientar a los escuchas sobre distintas actividades del ámbito educativo.

De acuerdo con Calderón, han habido vastas experiencias que incitan a que la emisora revalore los programas educativos:

Ha habido intentos de radiocursos, como ‘Al Rescate de Eurídice’ (producido entre agosto de 2004-2005); es una idea de Ricardo Fuentes. La respuesta del público fue muy especial, porque se hizo el radioescucha parte del programa. Rompía con el hecho de ser sólo los emisores. Existe el caso de Juan Medellín, un radioescucha de la tercera edad, quien se animó a alfabetizarse digitalmente por este programa. ‘Al rescate de Eurídice’ no dejó de ser educativo; creo que superó su objetivo porque fue educativo en otros ámbitos, no sólo la música sino en el empleo de los nuevos recursos tecnológicos. Pero el proyecto se quedó ahí, y fue una lástima, porque su misión iba más allá de lo educativo. El curso era sobre la historia de la música. De hecho, falta un departamento para diseñar radiocursos. Como el caso de *Radio ECA*, en las Islas Canarias, la cual ha alfabetizado a ciudadanos por mucho tiempo. Por lo mismo, la vocación educativa de Radio Educación se tiene que recuperar (Calderón, 2008).

Los programas educativos de Radio Educación son fundamentales en una frecuencia (AM) donde apenas se escuchan producciones de este tipo; estos espacios también muestran que Radio Educación puede fortalecer más esta función, de forma más continua y con realizaciones más creativas que apoyen el rendimiento escolar.

Distribución estadística de la programación educativa



Cuadro de elaboración propia

Algunos programas tienen muchos recursos técnicos, como la edición en los sistemas digitales *protools* o *audition*. Otros, como “Punto de encuentro”, cuentan sólo con el recurso de la voz de los presentadores, pero el contenido, la articulación y la pasión en su discurso conforman un debate muy lúdico sobre temas políticos y sociales difíciles de aterrizar.

A pesar que sólo el 10 por ciento se dedica a la programación infantil, se percibe que existe un compromiso con este sector de la sociedad, pues es de las contadas estaciones que hay en el país que abordan programas para niños y con temáticas que

inculcan valores sociales como justicia, tolerancia, la libertad de expresión, responsabilidad y la igualdad, y otros más que los invitan a imaginar y a reflexionar sobre diversos temas de la sociedad. La mayoría de los seis programas que están en la barra programática tienen muy buen nivel de producción, incluso algunos de ellos son conducidos por niños, tarea difícil para un equipo de producción. Tal es el caso de los programas “Alas y raíces” o “Cuéntanoslo todo”. En el primero, dos niños conducen el programa y entrevistan a otros más. En el segundo, los escuchas mandan relatos cortos y se leen en cabina.

No hay una barra infantil como tal; los programas se escuchan dispersamente a lo largo de la barra programática. Sin embargo, llama la atención que, dado los contenidos y los tratamientos del tema, pueden estar dirigidos para otro tipo de público. “Alas y raíces” es quizás uno de las mejores producciones de Radio Educación. Los dos niños presentadores se desenvuelven con confianza ante el micrófono y pueden llevar a cabo entrevistas articuladas con otros invitados al estudio; en el caso de la edición 23, con niños de la calle. Otras realizaciones más, como “De puntitas” (retransmisión) y “Cuéntanoslo todo”, están dedicadas a la difusión de la cultura y el desarrollo de la creatividad e imaginación en los niños. En la edición analizada del primer programa, narran cuentos Mayas; en la segunda, los niños envían sus propios relatos, los cuales son leídos al aire. Las historias son interesantes, aunque la narración hecha por el conductor podría llevarse a cabo de mejor manera. Finalmente, se puede escuchar un programa educativo, el cual ha permanecido por mucho tiempo en la barra de la *XEEP*; es una coproducción con la Dirección de Publicaciones de CONACULTA, en donde relatan cuentos de libros editados por esta dependencia. “Circo, maroma y libros” es una producción que, además de fortalecer los contenidos educativos, motiva a la iniciación de la lectura de los niños.

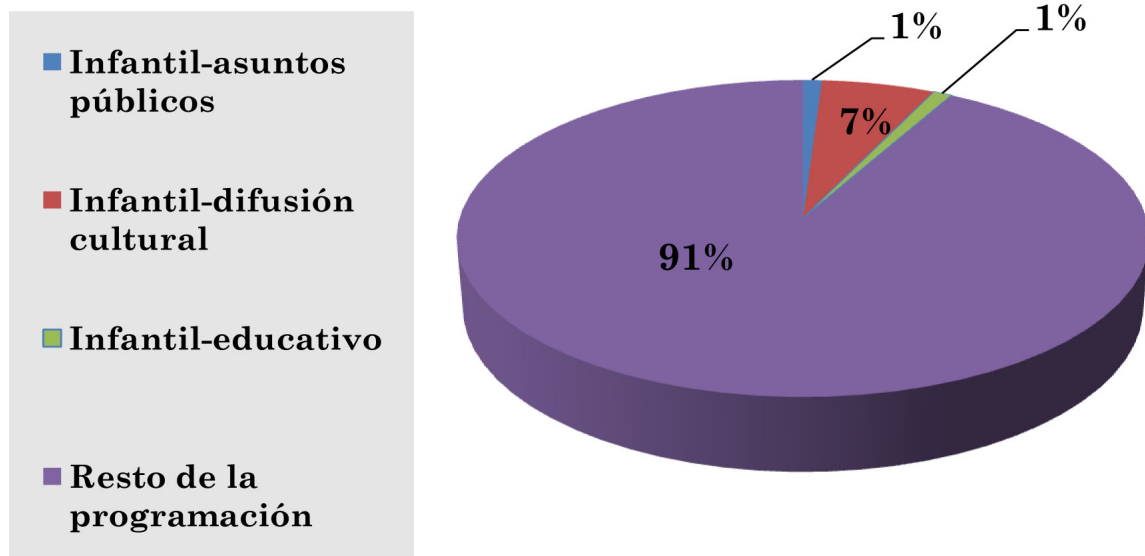
Hay programas infantiles de índole informativo hasta la difusión de la cultura y la educación; son ejemplos de contenidos donde se contribuye a construir ciudadanía desde temprana edad al fomentar valores cívicos y sociales, como la tolerancia y el derecho público a la información a través de contenidos lúdicos y entretenidos.

Es interesante observar que en los programas infantiles se amplía el espectro en torno a la pluralidad cultural; por ejemplo, en el programa “Alas y Raíces”, se invita a

dos niños “de la calle” para que cuenten su historia. En la edición escuchada, la cual también es conducida por dos niños, narran su propia vida sin que otra persona la interprete; en el programa “Cuéntanoslo todo” ocurre una situación similar, en la cual el niño participa en el programa enviando relatos que se leen al aire:

“*Voz en off:* ... Colaboración que nos manda Ximena Hernández... que vive en Acatlipa Morelos... Ximena tiene diez años y una letra clarísima. Leo su texto: Recuerdo que un domingo fui con mi papá al Zócalo. El ayuntamiento de la localidad había organizado un evento infantil. Se iba a organizar una rifa de balones. A cada niño se le entregó un boleto con su número. Cuando concluyó la función, que por cierto la había organizado el grupo teatral de la familia de mi amiga. Eran balones de futbol, basquetbol y volibol. Nosotros estábamos cerca del equipo de sonido. Entonces un señor poco robusto se ocupó de llevar a cabo el sorteo. Yo ponía *changuitos* para que me pudiera ganar un balón. Finalmente escuché el número que tenía escrito mi boleto. Ahora tengo un balón de volibol en mi recámara”.

Distribución estadística de la programación infantil



Cuadro de elaboración propia

Es un hecho que la emisora busca articular valores cívicos y sociales—como justicia, democracia e igualdad—a lo largo de la programación; sin embargo, a nivel de producción existen huecos entre algunos de los segmentos, los cuales se han tratado de cubrir mediante bloques de música estratégicamente programados. La *XEEP* cuenta con ocho programadores musicales, quienes han desarrollado una dinámica de trabajo por muchos años independientemente del director en turno. Por iniciativa propia, han logrado hilar la programación mediante “un discurso musical”, el cual es contextualizado por los presentadores de la estación, quienes se encuentran al aire entre bloques de programación. Esta emisora es probablemente la única en la frecuencia AM que tiene locutor en cabina las 24 horas, de modo que hacen un esfuerzo por tejer los vacíos programáticos de acuerdo con lo que esté ocurriendo en la agenda pública, fechas onomásticas o coyunturas.

Por ejemplo, dice Calderón:

Cuando las relaciones entre México y Cuba estuvieron en crisis, debido a la difusión nacional en los medios de una llamada entre los ex primeros mandatarios, Fidel Castro y Vicente Fox, durante todo el día se escuchó en la emisora todo tipo de música cubana, con el fin de emitir el mensaje de que los lazos culturales entre las dos naciones eran más fuertes que las políticas (Calderón, 2008).

Estos momentos de la programación siempre tienen una temática y por sí mismos logran contar una historia, misma que es contextualizada por el presentador.

La barra programática se organiza semanalmente. Hay programas que sí parecerían ser bloques de asuntos públicos; por ejemplo, los lunes se transita del programa “Salud K cuenta” al de “Adicciones: un viaje por el mundo de las drogas”. Pero hay otros casos en donde primero se programa un contenido noticioso, luego uno de difusión cultural y se termina con otro de asuntos públicos. Si bien los tres programas son dirigidos a adultos, los cambios de género pueden ser bruscos. En otra instancia, los miércoles a las 10 de la noche, se programa “Cuéntanoslo todo”, un contenido infantil en el que niños envían sus relatos y se cuentan al aire. Además de ser un cambio brusco, porque se encuentra entre el programa “Punto de encuentro” (político) y “El arte de escuchar el radioarte” (cultura), está puesto en un horario que no es para el público meta.

Como se explicó en el capítulo anterior, la permanencia de la programación en la barra es fundamental, porque una programación que aspira a ser de servicio público debe

promover el fortalecimiento de la cultura, y para lograrlo se necesita que las expresiones o significados culturales sean compartidos por un tiempo prolongado en el sistema social. Un programa que dure un tiempo considerable en el aire puede lograr construir audiencias y tener efectos sustanciales en los ciudadanos que podrían coadyuvar a mejorar su bienestar social.

El corpus analizado es producto de diversos cambios en la programación realizados con anterioridad, por lo que existe una mezcla de producciones antiguas y nuevas.¹²⁸ Algunos programas llevan un gran número de ediciones, como “No hagan ruido”, “Datos para una historia no escrita” o “Gente de cine”. Otros más, como “Tiritas de poesía”, “Vida al aire” o “Al rojo vivo”, aunque nuevas producciones, son contenidos con ideas frescas, que de algún modo rejuvenecen la programación y la forma de contar historias.

Uno de los programas con mayor arraigo en la estación y que tenían gran aceptación de la audiencia era “Sexualidad en tu propia voz”; era un programa que se transmitía desde nueve años atrás, el cual realizaba controles remotos en diferentes planteles de secundaria de la zona metropolitana y trataba sobre diversos temas de sexualidad.¹²⁹ El programa era bien recibido por la audiencia, sobre todo por el sector de adolescentes a quien se dirigía la producción. Había seriedad y especialización a la hora de conducir los temas, algunos de ellos difíciles de discutir por ser tabú en diferentes grupos sociales del país. Era uno de los programas con mayor audiencia e índices de participación en la emisora.

Sin embargo, la producción fue retirada del aire sin previo aviso a los productores y sin mayor explicación en diciembre de 2006; este hecho aflora la verticalidad en las decisiones del director que pueden afectar la estabilidad de la programación de la emisora.¹³⁰

Una gran parte de los programas de Radio Educación son en vivo, lo cual ayuda a que los escuchas puedan participar mediante llamadas o correos electrónicos; se trata de

¹²⁸ El 22 por ciento de los programas fueron creados en el 2003.

¹²⁹ A partir del 2007 se dejaron hacer los controles remotos. Ahora los estudiantes van a la emisora.

¹³⁰ “Sexualidad en tu propia voz” regresó a la barra en mayo de 2007, en el inicio de gestión de la directora, Virginia Bello. Véase las notas periodísticas, “Cancelan transmisiones en vivo a Sexualidad en tu propia voz” en www.notiese.org; “Vuelve al aire sexualidad en tu propia voz” en *La Jornada*, consultados el 15 de octubre de 2008.

escuchas que han sintonizado la frecuencia “1060 AM” desde años atrás. Algunos de los productores les llaman “público clientelar” cuando se trata de programas añejos como el “Chahuiztle”, en el cual incluso ciertos ciudadanos llaman recurrentemente para externar sus opiniones.

Otros, como el programa “Del campo y la ciudad”, contaba con una audiencia muy participativa; pero también es preciso señalar que, de acuerdo con los realizadores, era un espacio que había construido un “público clientelar”, en el cual interactuaban organizaciones políticas de izquierda que simpatizaban con el programa. Esto, en opinión de los realizadores, afectaba la pluralidad e independencia editorial de la producción al no existir diversidad de voces; asimismo, estas organizaciones en ocasiones utilizaban esta producción como vía para difundir su propaganda política.

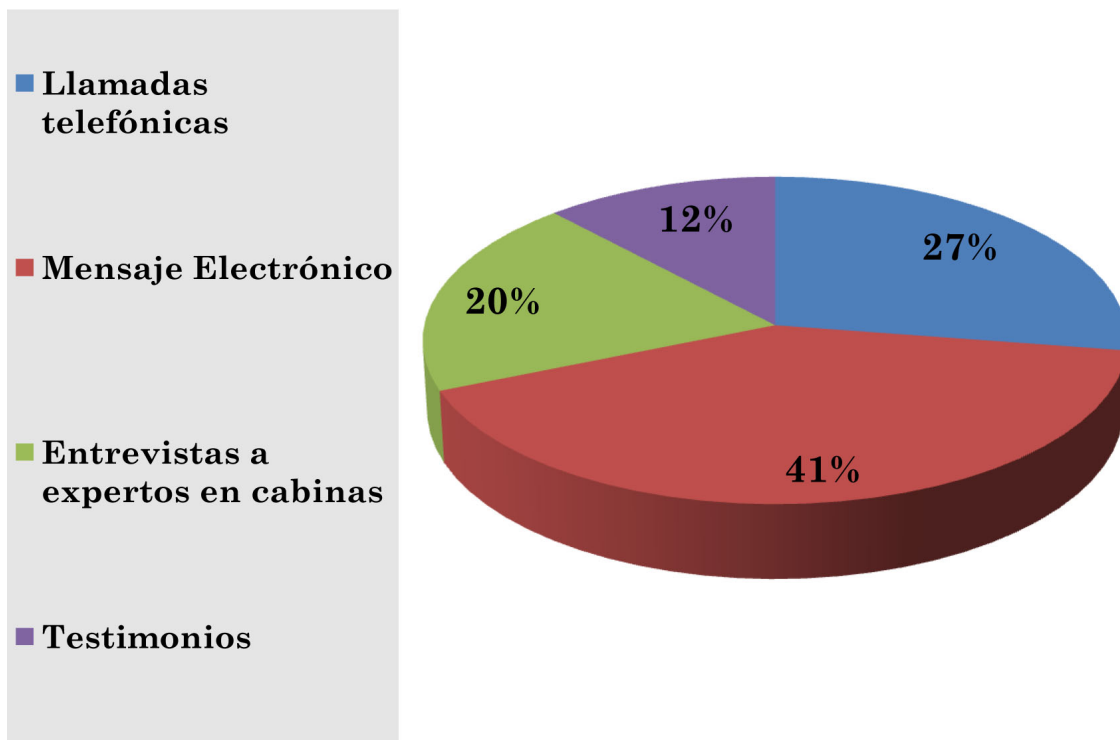
En otras ocasiones, la participación sube de tono cuando se toca un tema controversial o cuando la conversación entre los comunicadores e invitados es candente, plural y con argumentaciones que sostienen las opiniones que se vierten. Tal es el caso del programa “Punto de encuentro”, en donde la discusión entre los periodistas se delibera con pasión y eso también motiva las llamadas del público.

La investigadora Rosalía Winocur ha estudiado el tema de la participación ciudadana en la radio con profundidad; sobre este punto, explica que “en la lógica mediática, la participación es particularmente importante no tanto por la cantidad de llamadas recibidas, sino porque éstas se instituyen en el argumento fundamental acerca del ciudadano en el discurso del programa” (Winocur, 2002: 114).

Varios son los mecanismos empleados para fomentar la participación de los escuchas y representantes de la sociedad civil (políticos, funcionarios, artistas, académicos, etc.) como lo muestra la siguiente gráfica:¹³¹

¹³¹ Gráfica de elaboración propia

Distribución estadística de la participación



Cuadro de elaboración propia

Resulta interesante que la participación vía mensajes electrónicos es la forma más común de participación, lo cual da indicios de la segmentación social de escuchas que sintonizan la emisora en un país donde el acceso a internet no supera el 20 por ciento (Alva de la Selva, 2006). Los datos indican que se trata de un sector de la población con mayor escolaridad que la media nacional. También se observa que otras formas más no son muy recurrentes, como pasar las opiniones de los escuchas al aire, cuando ésta es una forma de hacer al ciudadano protagonista y de darle mayor poder y visibilidad.

Más allá del formato o del género, en los programas se observa más participación e intensidad en las opiniones cuando el ciudadano tiene la capacidad de negociar con otros sectores de la sociedad; se difunden contenidos donde se incluyen a sectores que no tienen voz con facilidad en otras arenas públicas; se les da el micrófono para opinar; se les ofrece información útil para sus vidas cotidianas; el contenido del discurso transporta al escucha, mediante la creación de imágenes, al lugar de los hechos o por medio de controles remotos; el presentador media la conversación entre especialistas y el público.

Winocur explica que la negociación:

Representa importantes posibilidades para la ampliación de la esfera pública. Los canales que ofrece la radio... tienen un efecto democratizador independientemente de si las demandas se solucionan o no, de la intencionalidad de los actores o de los filtros que sufren en el proceso de salir al aire. En primer lugar, permiten ampliar el espectro de los temas que se debaten, en segundo término hacen posible el reconocimiento de las necesidades de *otros* y, por último, validan socialmente la experiencia de individuos y grupos que normalmente no son tomados en cuenta o los discriminan en sus ámbitos de pertenencia más próximos (Winocur, 2002: 115).

“Sexualidad en tu propia voz” o “Sexprovoz”—como le llaman los radioescuchas—es un ejemplo de este proceso participativo. Los conductores dirigen el programa en forma amena, incluso se atreven a bromear de manera respetuosa con alusiones retóricas a la sexualidad. El resultado es el aprendizaje sobre el tema y, otros logros, como el fortalecimiento del derecho a la comunicación. “Sexprovoz” es uno de los programas que recibe mayor número de llamadas de la emisora y, específicamente, durante una hora, el escucha es protagonista de la historia y los adolescentes adquieren visibilidad en la vida pública.

Winocur ha encontrado una explicación similar en su investigación sobre la participación en el cuadrante de la zona metropolitana; ella dice que la radio es un “espacio de transacción de intereses lo que básicamente se negocia no son las condiciones de participación sino las cuotas de *visibilidad*” (Winocur, 2002: 115).

En el *corpus* estudiado se pudo identificar que los contenidos apelan a distintos valores sociales, como el respeto; tolerancia; igualdad; solidaridad; fraternidad; honestidad; disciplina; educación; responsabilidad. La libertad de expresión (como valor) se encuentra referida directa o indirectamente en la totalidad de los programas. El tres por ciento de la programación está dedicado a contenidos que tienen que ver estrictamente con la tolerancia. Las producciones “Iguales pero diferentes” (coproducido con el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación) y “Alas y raíces: la voz de los niños de México” están dirigidos a estos temas y son programas con contenido muy informativo y útil. Asimismo, hay un programa orientado a la cultura de paz, el cual lleva por título “Construyamos la paz”. El programa es infantil y tiene como objetivo contribuir a generar valores entorno a la paz desde temprana edad.

La presencia de los valores sociales y cívicos fortalecen la noción de lo público en la programación por tres razones fundamentales: a) Uno de los objetivos de los

contenidos orientados al servicio público es difundir valores que contribuyen a ampliar el sentido de ciudadanía e identidad en la vida pública. b) Los valores son enriquecidos por los marcos de referencia de los escuchas, y es en esta relación donde surge el proceso de comunicación; para generar dicho proceso, los valores son pieza fundamental al crear códigos compartidos. c) En la conversación del espacio público, donde convergen una multiplicidad de grupos sociales, es difícil compartir los mismos significados, por ello los valores sociales y cívicos son necesarios para vigorizar la comunicación.

Conclusiones

En las Ciencias sociales generalmente se estudian fragmentos de la realidad que no siempre se pueden extrapolar a una realidad más amplia; este fenómeno sucede sobre todo en un país como México donde la sociedad y la cultura tienen características sociohistóricas muy particulares y son complejas de explicar, además porque no contamos con suficientes estudios empíricos.

Asimismo, dadas las transformaciones políticas y sociales de un espacio público dominado por los medios de comunicación, la noción del *servicio público* de radio como objeto de estudio, se convierte en un tema que involucra la relación de distintos actores sociales en la radio, discursos, procesos históricos, entre otras cuestiones. Para aproximarse a dicha problemática, se necesita del conocimiento de distintas disciplinas que aborden el estudio de la sociedad y la cultura.

En esta ocasión, hemos elegido un caso que se desarrolla en el centro político y administrativo del país, uno que es muy distinto entre sí y muy diferente a las demás regiones, y en una nación que vive constantes cambios políticos, sociales y culturales.

Investigar el caso de la radio estatal en México y su relación con el servicio público ha sido un reto, mediante el cual se ha podido retratar una parte de la realidad en un momento histórico crucial para nuestro país. Este estudio tiene varias aristas que permiten ser analizadas por separado y que nos pueden arrojar diferentes conclusiones.

Lo que optamos para este trabajo fue aquella que nos permitió explicar en un primer momento cómo se construye la noción del servicio público en Radio Educación desde el punto de vista histórico y político, donde se estudiaron los principales ejes normativos y constitutivos de la emisora. Luego analizamos la programación y un conjunto de visiones de los realizadores en relación con las funciones sociales de la emisora que estaban asociadas con el servicio público. Estos elementos teórico-metodológicos de estudio se engloban en la perspectiva de los estudios de la comunicación y la cultura. Se trata de un enfoque el cual nos permitió explicar cómo se entendía en el imaginario social de los realizadores la noción de servicio público cuando aún no había una política de Estado que lo definiera.

Bajo esta perspectiva, se realizaron las siguientes aportaciones:

- Se revisó la discusión actual sobre el papel de los medios de comunicación en el espacio público. En ella se explicó cómo la industria audiovisual privada tanto en México como en distintas partes del mundo ha expandido su poder e impuesto la visión de las élites políticas y económicas en el espacio público, y cómo los medios públicos han sido segregados de este espacio. Asimismo, se estudió el rol del Estado en la organización del espacio público, y la participación de la ciudadanía y la sociedad civil en el mismo.

- Se revisó el debate académico acerca del servicio público de radio en México y en diferentes partes del mundo.

- Se propuso una definición sobre el concepto de servicio público; se describieron y clasificaron sus rasgos principales y se elaboró un modelo conceptual sobre la noción de servicio público.

- Se realizó un esbozo histórico acerca de la relación entre la radio estatal en México, el Estado y la sociedad; particularmente se profundizó en Radio Educación, nuestro caso de estudio.

- Se diseñó una metodología con técnicas descriptivas y cualitativas para conocer la construcción del imaginario social de los realizadores en torno a Radio Educación y el servicio público, y se hizo el estudio de la programación de Radio Educación durante el sexenio de Fox.

Mediante esta propuesta, se pudo evidenciar que Radio Educación ha trazado un desarrollo distinto en comparación con la mayoría de radios estatales en el país; principalmente porque tuvo una relación de mayor autonomía con respecto del gobierno que las otras emisoras. Es una radiodifusora que nació en medio de una coyuntura política caracterizada por un Estado que controlaba la información; como respuesta, la apertura de Radio Educación atrajo a realizadores jóvenes—simpatizantes del movimiento estudiantil del 68—con un compromiso intelectual y emocional y con fuertes deseos de cambiar esquemas sociales. Los primeros directores apoyaron sus ideas y las encauzaron, y eso fue fundamental para edificar cimientos tanto a nivel de producción como aquellos de carácter institucional que le dieron un perfil educativo y cultural a la emisora. El mismo contexto social facilitó la construcción de la audiencia, porque un sector de la sociedad, aunque reducido, buscaba otro tipo de información y entretenimiento a finales de los años sesenta.

Estos hechos encaminaron a la construcción de una radio educativa y cultural orientada a programar contenidos cercanos al perfil de servicio público aun cuando los apoyos de algunos directivos y del gobierno en turno no fueran favorables para la emisora; en dicho proceso, el trabajo interno de algunos productores siguió siendo clave para que la *XEEP* continuara una trayectoria en esta dirección.

A falta de un marco legislativo que definiera el servicio público a nivel constitucional hasta el periodo estudiado, la buena relación de algunos directivos con funcionarios de la SEP (particularmente con CONACULTA) y el hecho que Radio Educación se encontraba en la ciudad de México fueron aspectos claves para lograr ciertos avances en materia normativa.

Las anteriores circunstancias le permitieron ejercer un papel en la vida pública de la zona metropolitana y del país. Asimismo, hubo otras razones significativas relacionadas con la participación social para que Radio Educación fortaleciera su desarrollo: a) Creó ciertos lazos en la ciudad de México con ciertos sectores de la sociedad más interesados en contenidos culturales, educativos y de asuntos públicos y más politizados, lo cual permitió que estos grupos se identificaran con los contenidos ofertados por la emisora. Esta interrelación con la audiencia también tuvo que ver con la diversidad de la población, complejidad de la dinámica social y el mayor acceso a la educación y cultura que existe en la ciudad de México. b) Los debates intensificados en torno a la relación Estado-medios-sociedad a principio de este siglo e impulsados por algunos grupos de la sociedad organizada y otros actores políticos se llevaron a cabo en el área metropolitana. Esto facilitó que Radio Educación se sumara a esta conversación nacional, específicamente en la discusión sobre la necesidad de que el Estado creara políticas públicas que otorgaran las condiciones jurídicas, tecnológicas y de autonomía política y económicas a los medios estatales, para que se fortalecieran institucionalmente y mejoraran sus actividades de programación.

La participación activa y crítica de los trabajadores de Radio Educación, especialmente la de los realizadores fue fundamental para el fortalecimiento de las actividades de programación y administración de la emisora. Algunos realizadores jugaron un papel esencial en dicho debate nacional, pero sobre todo contribuyeron—

desde sus actividades cotidianas e imaginario social—a la elaboración de una noción de servicio público.

La construcción de esta noción fue crucial para conocer cuáles eran los elementos que Radio Educación iba abanando en sus quehacer cotidiano para constituirse como un medio de servicio público.

Dicha noción estaba conformada por las siguientes características:

1) En primer lugar, de acuerdo con los realizadores, la emisora se diferenciaba con la oferta programática y contenidos ofrecidos por los medios comerciales, ya que la programación de Radio Educación estaba orientada a privilegiar el *interés público* y la *utilidad social* de los contenidos. Con ello, Radio Educación se convertía en una de las radiodifusoras estatales del país más interesadas y motivadas en ofertar una programación que se acercaba a los principios del servicio público.

2) Para los realizadores, la estación no basaba su éxito en medidas del *rating* sino en el servicio y orientación que pudiera proveer a sus audiencias a través de los programas.

3) Ellos consideraban que Radio Educación no podía estancarse con respecto al desarrollo tecnológico; en específico, la emisora se abrió durante este periodo a los procesos de digitales en la producción. Los realizadores reconocían que la *XEEP* se tenía que ir renovando e innovando constantemente en esta área en los años siguientes para fortalecer sus actividades de programación y, por lo tanto, era imperante realizar transmisiones por la banda FM.

Los realizadores también estaban convencidos que la innovación se encontraba en el ámbito administrativo, regulatorio y en las políticas de programación, y en mejores vínculos con las audiencias, entre otras cuestiones.

4) Para los realizadores, la institucionalidad de la emisora era una parte fundamental de la noción de servicio público. Al no contar con una ley constitucional que definiera el servicio público de radiodifusión, consideraban que existía un tipo de institucionalidad diferente a la de los países europeos o de Norteamérica. Ellos hicieron una interpretación propia que relacionaba este concepto con el carácter administrativo estatal de la estación, expresado en Acuerdos administrativos. Sin embargo, estos

Acuerdos no incluían muchos de los elementos de un marco jurídico que define al servicio público de radiodifusión.

5) Los realizadores también asociaban la noción del servicio público con la construcción histórica de un discurso propio dentro de la emisora reflejado en la programación. Primero Enrique Atonal y luego Miguel Granados jugaron un papel muy importante en contribuir a conformar un discurso de la emisora en sus actividades cotidianas. Atonal sentó las bases de la programación (principios y valores) y formó a una generación de productores jóvenes. Ambos directores dirigieron la construcción de un discurso creativo y contestatario, reflejado en la música, el arte y la sociedad. Los realizadores fueron muy sensibles a los contextos nacionales y mundiales, especialmente en América Latina. Desde entonces hubo un esfuerzo constante por traducir los ideales del servicio público en la programación. Sin embargo, es cierto que los realizadores consideraban que este discurso se tenía que renovar en los años siguientes, tanto en la producción como en el plano ideológico, para que siguiera incidiendo en los escuchas.

6) De acuerdo con los realizadores, los contenidos fueron cumpliendo funciones sociales propias del servicio público porque existía diversidad y pluralidad cultural en la programación; sobre todo en el terreno de la difusión de la cultura musical. A través de la barra programática, la emisora atendía a mayorías así como a minorías sociales que eran olvidadas en otras frecuencias del cuadrante metropolitano y nacional; no obstante se observó que estaba poco equilibrada en el abordaje de temas informativos y asuntos públicos y se necesitaba abrir a un mayor número de grupos sociales.

7) La emisora cumplía con la función informativa y, para los realizadores, ésta formaba un pilar importante en la conformación de las funciones sociales del servicio público. La información producida en la emisora era diferente a la de los medios comerciales y oficiales: los noticiarios eran críticos y gozaban de una visión más amplia de la realidad latinoamericana.

Sin embargo, la información en general tenía un planteamiento ideológico que muchas veces simpatizaba con las ideología de izquierda, el cual se había gestado desde el inicio de las transmisiones. Esto en ocasiones limitaba la función informativa, ya que, al confundirse con la militancia de izquierda, se restringía la pluralidad de perspectivas al necesitar mejor argumentación de los comunicadores, presentación de más puntos de

vista sobre un asunto público o contenidos que incluyeran a diferentes grupos sociales. No bastaba con que sólo el experto hiciera referencia el sector social sino que un mismo representante del grupo tuviera participación en las narrativas.

8) Pese a lo anterior, su idea de contribuir a la pluralidad en la información era a través de dar voz a las posiciones críticas muchas veces ignoradas o estereotipadas en otros medios de comunicación, como a los partidos de oposición o ideologías de izquierda.

Su ideal de pluralidad también estaba relacionado con el hecho de que hubiera diferentes líneas editoriales, pero como se ya se mencionó, preponderaban aquéllas que favorecían a la izquierda. Esto en particular sucedía por la afiliación ideológica de los mismos realizadores y porque dichas líneas no estaban subordinadas a criterios institucionales que orientaran el tratamiento de los contenidos.

Cabe resaltar, que la pluralidad se conceptualizaba de esta manera en un contexto en el que sistema político mexicano poco había cambiado durante 70 años y, la izquierda, que había sido oposición durante este periodo histórico, había gozado de cobertura mediática limitada y sesgada por los grandes medios privados (como la cobertura al proceso de desafuero a Andrés Manuel López Obrador). La llegada del PAN al Poder ejecutivo no cambió mucho el panorama en relación con los medios y sus posturas en torno a los temas de sociedad y la cultura eran conservadoras. Además, los mismos escuchas exigían, a través de sus llamadas o cartas, que la estación tomara estas posiciones porque les disgustaban las posturas oficialistas y de derecha.

9) La ideologización de posturas dentro de la emisora no impedía establecer una agenda informativa contemporánea, característica que, para los realizadores, abonaba a realizar las funciones sociales de la emisora. Los equipos de producción habían sido capaces de añadir a la discusión temas como la diversidad y equidad de género, protección al medio ambiente, derechos de la niñez y otros problemas globales emergentes en este siglo.

Para los realizadores, la vigencia de la programación también se reflejaba en el tratamiento de las noticias y en la iniciativa que algunos de los reporteros tenían al cubrir éstas; por ejemplo, ellos estaban interesados en los temas educativos, de justicia social,

sindicatos, organizaciones sociales, situación del campo, cobertura sobre grupos minoritarios y vulnerables, entre otros.

10) En algunas ocasiones, el tratamiento de las noticias tenía algunas limitantes: la información era abstracta, tenía muchos datos pero requería “humanizar” las historias, dándole voz a los escuchas a través de llamadas o entrevistas; también necesitaba menor rigidez en la conducción; mayor aparición de comentaristas; extensión de los horarios para los noticiarios; investigación periodística y la existencia de un código de ética que diera una directriz más precisa al tratamiento de las noticias. Los conductores y locutores a veces emitían opinión cuando sólo tenían que dar información y articular la estructura narrativa e introducir la opinión de expertos.

11) La información en la emisora era independiente con respecto del gobierno y del poder político y económico; para los realizadores, esto era uno de los mayores atributos de la estación y que le daba sentido a lo público.

La independencia editorial era, en el periodo estudiado, un atributo que le daba prestigio a la emisora entre los sectores más críticos de la sociedad; también era un rasgo que le había permitido constituirse como una Escuela radiofónica reconocida a nivel nacional e internacional y en una institución de la cultura más que en una radio estatal.

No obstante, las presiones por parte de instancias gubernamentales federales se hicieron presentes durante el sexenio de Fox; incluso en alguna ocasión, la directora hizo una entrevista a modo al vocero de la presidencia, lo cual fue muy criticada por los trabajadores de Radio Educación. Por otra parte, la misma dirección respetó algunos programas donde había editorialización de los contenidos.

Los realizadores consideraban que la autocensura era otro rasgo que podía atentar con la independencia editorial, pero que era difícil erradicar en un país con un sistema político y social autoritario. Observamos, además, que la autocensura, en el periodo estudiado, no era propia de los medios en México sino incluso existía en sistemas políticos más democráticos como Estados Unidos y España.

Para los trabajadores de Radio Educación, la independencia editorial en este periodo podía haber sido atenuada con políticas o criterios de programación precisas en la emisora; ellos observaban que las decisiones de programación estaban centradas en los productores y aquellas más importantes en la directora. Se trataba de decisiones que

afectaban la producción de los contenidos al no poder responder completamente a los intereses de las audiencias y con ello se limitaba la práctica del servicio público en las actividades cotidianas de programación.

12) Pero más allá de la ausencia de políticas de programación, existían concepciones diferentes entre los realizadores sobre el *deber ser* de la emisora y sobre lo que significaba tener que ser la producción para una radio estatal. Asimismo, los realizadores defendían sus cotos de poder, específicamente esto se apreciaba en productores quienes tenían muchos años de trabajar en la emisora y quienes habían desarrollado un estilo propio de producción que apelaba a los intereses, gustos y estilos de producción de hace más de 20 años. Estos productores no estaban abiertos a intentar nuevas formas de producción y cualquier crítica a su trabajo lo veían incluso como un agravio a sus derechos laborales. Lo anterior se traducía en la falta de renovación y experimentación de la barra programática.

Según los realizadores, una de las formas mediante las cuales se intentó fortalecer la programación durante el periodo analizado, fue a través de la producción diversa de contenidos en donde comulgaban los viejos y los nuevos. Pero tampoco esto significaba que hubiera una amplia diversidad de programación, ya que muchos de los contenidos nuevos eran producidos por los mismos realizadores y tenían las mismas características que las producciones viejas, caracterizadas por las mesas redondas y entrevistas. Esto significaba un reto para los realizadores y funcionarios de la emisora al tratar de entender que los programas tenían un ciclo de vida y había que terminarlos.

Sin embargo, hemos visto en este trabajo que la diversidad de la programación, se explica bajo dimensiones más amplias relacionadas con la pluralidad cultural y política, y expresar las visiones de los grupos sociales y étnicos del país. Asimismo, se discutió que tiene que ver con la descentralización de sus expresiones culturales y políticas; la creación de nuevos formatos y contenidos que incluyan a grupos minoritarios y mayoritarios, así como con la articulación de los contenidos con políticas nacionales sobre la diversidad, entre otros aspectos.

13) Para los realizadores, los temas tratados en las noticias y asuntos públicos eran un referente importante para algunos sectores de la sociedad (como las minorías), porque ofrecían información relevante, desde un ángulo crítico, y con una narrativa

distinta a la que se difundía en otros espacios mediáticos, sobre todo aquellos privados. Esto es cierto en lo que se refiere a asuntos acerca de sindicatos, educación, organizaciones no lucrativas, de eventos culturales, etc. De esta forma, la emisora contribuía a discutir grandes temas de la vida pública nacional e internacional (justicia social, desigualdad, desempleo, tolerancia, rendimiento escolar, valores cívicos y sociales etc.) y a promover la identidad nacional.

No obstante los logros de la función informativa en Radio Educación, de acuerdo con el análisis de los testimonios y la programación, los noticiarios no fueron prioridad durante el mandato de Lidia Camacho y no respondieron al diseño de estrategias institucionales que hubieran fortalecido estos contenidos en los subsiguientes sexenios.

A pesar que hubo propuestas por parte de algunos realizadores para fortalecer las actividades de investigación en los noticiarios, los informativos sólo fueron prioridad en momentos coyunturales como las elecciones y se vieron beneficiados al fortalecerse la programación cultural, con la firma de convenios internacionales mediante los cuales se pudo producir información relativa a la difusión de la cultura de las bellas artes.

14) Según los realizadores, la *participación* de las audiencias era otro rasgo que contribuía al desarrollo de la emisora, la cual pudo construir una audiencia participativa (sobre todo en temas sociales), crítica, cautiva y leal, a los pocos años que comenzara sus transmisiones; esto coadyuvó a alimentar la identidad de la emisora como medio estatal que pretendía ser público. La participación se fue fortaleciendo en décadas recientes, especialmente con algunos sectores de la sociedad, como intelectuales o activistas sociales. Pero esta audiencia no se fue renovando y en el periodo estudiado oscilaba arriba de los 35 años.

En cuanto a los mecanismos de participación, según los realizadores consideraban había tres retos principales: a) Con la actualización de las plataformas tecnológicas, se esperaba que cambiara la forma de comunicarse con los escuchas y atraer a otros. b) Contar con la presencia en cabinas de más miembros de la sociedad civil—como partidos políticos—y funcionarios de gobierno. Los realizadores consideraban que había un menosprecio hacia la emisora, pues varios actores políticos buscaban medios de comunicación con mayor penetración en la audiencia; cabe mencionar que muchos de ellos pertenecían a la llamada izquierda. c) Crear un consejo consultivo de programación

en el que participaran miembros de la sociedad civil, el cual sirviera como forma de rendición de cuentas y para evitar que las decisiones se centraran solamente en la dirección.

Los realizadores reconocieron otras *problemáticas* que limitaban el desarrollo de de Radio Educación, algunas de ellas estaban directamente relacionadas con la programación:

La primera de ellas es el clientelismo que establecían los reporteros con sus fuentes y públicos, lo cual ocasionaba que la programación fuera parcial o sesgada. Este problema se debía a las inercias que respondían a los cotos de poder de los diferentes productores y que se acrecentaban al no haber nuevas plazas para productores, guionistas, reporteros, etc; también era resultado de la falta de más coproducciones y de políticas de producción y programación que regularan la actuación de los realizadores de la emisora. Esto afectaba la participación de pluralidad de opiniones, ya que los conductores no eran muy tolerantes con personas que pensaban de distinta manera.

Las rutinas de producción que se generaron en los primeros años de la *XEEP*, caracterizadas por una fuerte ética de trabajo, de investigación y colaboración dentro y fuera de la estación, fue cambiando debido distintos factores: las estrategias de programación muchas veces dependían de los criterios y visión de cada productor o programador; la poca productividad y desmotivación de algunos trabajadores debido a los bajos salarios; condiciones desfavorables de trabajo como las limitadas plantas laborales; la falta de vocación y compromiso con la institución. Esto a veces incidía en la continuidad de la programación y en la calidad de los contenidos.

Una de las mayores preocupaciones de los realizadores era la cobertura local y regional de la emisora con el fin de atender al mayor número de grupos sociales. La programación se escuchaba nítidamente en toda la región de la zona metropolitana y otros estados de la República, además se transmitía vía internet; por lo que los habitantes de estas regiones tenían acceso abierto a las transmisiones mediante la banda AM.

Sin embargo, durante el sexenio de Fox, ya existían las condiciones técnicas para poder transmitir por Frecuencia Modulada (FM), lo cual podía ampliar la frecuencia con mejor calidad para beneficiar a más ciudadanos. Sin embargo, fue notorio la estrecha

visión del Estado y la gran presión de los radiodifusores comerciales para que el Estado pudiera proveer la transición de señal.

Ante dicha problemática, en la administración de Camacho se llevó a cabo la firma de convenios con organizaciones de radios, como la Red de Radios Educativas y Culturales, y se usaron herramientas como los *podcasts* o hipertextos para que su programación alcanzara otras audiencias dentro y fuera del país.

Pero también se analizó en este trabajo cómo el alcance de la programación no sólo tenía que ver con la cobertura regional o nacional, sino con la atención a minorías y mayorías sociales. La programación de Radio Educación estaba muy focalizada en los intereses de sectores sociales reducidos de la zona metropolitana de la ciudad de México; incluso en la misma capital de país las dinámicas y necesidades de la población fueron cambiando en la transición del siglo y eso generó cuestionamientos hacia dentro de la emisora sobre los nuevos tipos de audiencias que tenían que atender y cómo se debían comunicar con ellos. Esta problemática también motivó la discusión entre los realizadores sobre cuáles programas tenían que ser retirados del aire.

En el periodo de Camacho, se fortalecieron contenidos dirigidos a la programación infantil y diversidad sexual; especialmente durante este sexenio, Radio Educación fue una de las pocas emisoras que atendía a estas minorías. Aún así, faltaban más contenidos para otros grupos minoritarios y vulnerables como jóvenes, migrantes, adultos mayores, entre otros.

Una problemática más a la que cotidianamente se enfrentaban los realizadores era el diseño de metodologías de programación; por ejemplo, emprender campañas de difusión cuando se iniciaba la producción de un nuevo espacio; crear formas de producción, etc. El diseño de producción y programación estaba a cargo de los productores, y en dicho ejercicio la opinión del radioescucha era muy importante. El problema radicaba en que los estilos y la visión de producción de los creadores era muy similar.

La gestión de Camacho se caracterizó por estar abierta a las opiniones e ideas de productores y el sindicato, específicamente en momentos en los que se renovó la programación, pero esto también generaba confrontación entre ambas visiones, lo cual ocasionaba que la directora tomara las decisiones más trascendentales. Tanto el sindicato

como el comité interno de evaluación fueron las instancias que hacían contrapeso a las decisiones de la directora, además servían como mecanismos de participación para los realizadores.

En particular, en la historia de Radio Educación, el sindicato había jugado un papel importante para defender los derechos e intereses de los trabajadores, pero en otras ocasiones también contribuyó a burocratizar las actividades programáticas de la emisora.

A pesar de los logros en la administración de Camacho, no se realizaron algunas estrategias que pudieron haber fortalecido las actividades de programación de la emisora: No se elaboraron criterios de producción y programación que pudieron haber ayudado a fortalecer la estación en las siguientes administraciones; tampoco se pudieron abrir nuevas plazas para realizadores quienes pudieron haber traído consigo nuevas visiones de producción, habilidades tecnológicas y otras maneras de entender el lenguaje de la radio pública. Algunas de estas tareas pendientes tuvieron que ver con el hecho de que no había políticas federales que generaran condiciones para potencializar el desarrollo de la estación.

Por otra parte, de acuerdo con el análisis de programación llevado a cabo en este trabajo, el *servicio público* se construía cotidianamente desde la *programación* de manera muy similar a como esta noción era entendida por los realizadores; finalmente, ellos eran quienes diariamente producían la programación desde los inicios de la emisora. De tal manera, la programación contribuía a la construcción del servicio público de la siguiente forma:

Hasta el periodo estudiado, Radio Educación vivió ciertos periodos históricos desde 1968 en los cuales sus contenidos se fueron fortaleciendo; en ellos procuró atender a minorías y mayorías, y ofrecer información política, educativa y cultural con un perfil más crítico y diferente a la de la agenda informativa de los otros medios estatales.

Al igual que lo expresado por los realizadores, el análisis de la programación evidencia que Radio Educación ya no sólo se distinguía por cumplir una función educativa en su programación como se lo proponía desde su origen, sino que se había convertido en una estación con un perfil de programación cultural, informativa y de asuntos públicos.

Las evidencias indican que los programas culturales contribuían a otorgar significado a las manifestaciones culturales de diferentes partes del país, en específico a las bellas artes y al patrimonio cultural de la humanidad; también servían para reforzar los contenidos escolares y valores cívicos.

La producción musical era muy diversa y proponía diferentes tipos de música de México y diferentes regiones del mundo. Parte de la riqueza musical del país se podía conocer a través de la emisora; los escuchas podían aprender de la poesía de cantantes y autores como José Elorza o Marcial Alejandro—artistas quienes son parte del patrimonio artístico de este país. La música invitaba a la reflexión y en los espacios se explicaba sobre el origen e importancia de los ritmos tocados.

Durante la administración de Camacho, se impulsaron géneros artísticos como el radioarte, los cuales contribuyeron a fortalecer la diversidad de programación.

La difusión de las bellas artes era pieza fundamental de la barra programática, así como la cobertura de festivales artísticos y cinematográficos. Estos programas enriquecían la información de los escuchas sobre el patrimonio cultural de México y el mundo.

La mayoría de los programas eran lúdicos y festivos, y de forma amena e inteligente motivaban a la audiencia a conocer más sobre la vida cultural y social del país y del mundo. Además, había un esfuerzo por dar una visión histórica de los hechos, como en aquellos programas sobre indígenas.

Había otros géneros como la semblanza o perfiles que, aunque ocupaban un poco porcentaje en la producción, ejemplificaban el trabajo de artistas y profesionales en México que formaban parte de la vida cultural del país.

Los noticiarios culturales eran pieza fundamental de la programación; por ejemplo, “Tu casa y otros viajes” era probablemente el único noticiario en el cuadrante que promovía las actividades culturales de la ciudad; esto ayudaría a atraer diferentes tipos de audiencia como niños y adolescentes.

La dramatización seguía siendo un formato utilizado para entretener y enseñar a través de las radionovelas la historia de personajes históricos de México.

La mayoría de los productores había trabajado desde los orígenes de la estación y se habían especializado en diferentes temas como literatura, música popular, entre otros.

Los programas informativos se fortalecieron durante la administración 2000-2006, pero al igual de lo que consideraban los realizadores, los noticiarios no ofrecieron nuevas propuestas como mayor información periodística o cobertura por corresponsales nacionales e internacionales.

A pesar que la mayoría de los presentadores de noticias carecían de expresividad, se caracterizaban dar las noticias con precisión en los datos, transparencia, independencia editorial, buena dicción y uso del español. Aunque las fuentes de información tenían que ser más diversas y a veces los conductores emitían opiniones cuando no les correspondía y tomaban posturas hacia las causas de izquierda, en general se evidenció que en las tres ediciones diarias del informativo “Pulso” había un esfuerzo por ofrecer un ángulo diferente de los demás noticiarios del cuadrante. Esto era cierto también referente a las noticias internacionales, especialmente aquéllas sobre América Latina, de las cuales poco se escuchaba en otros espacios de la radio mexicana.

Sin embargo, se pudo apreciar que en los noticiarios existía rigidez en el formato; eran pocos los horarios dedicados a las noticias; se tenían que agregar elemento más variados de producción; además de otras limitaciones como lineamientos y normas de cobertura periodística y, como ya se mencionó, mayor oportunidad para realizar periodismo de investigación.

Durante la renovación de la barra programática, hubo contenidos informativos, como “Punto de encuentro”, el cual contribuyó a fortalecer la pluralidad de opiniones en la estación.

También se incrementaron el número de programas sobre temas políticos y sociales, en los cuales se incluían nuevas conversaciones contemporáneas que tenían que ver con migración, tecnología, salud, equidad de género, etc; la perspectiva de estos contenidos intentaba ser informativa y crítica.

No obstante, había otros grupos que tenían que ser más visibles en los programas informativos: inmigrantes; ancianos; personas discapacitadas; prostitutas; mujeres solteras; enfermos mentales; enfermos que abusan de sustancias tóxicas, como el alcohol o drogas duras; grupos LGBTTTIQ; negros; judíos, por citar algunos ejemplos.

Como gran parte de los programas informativos y de asuntos públicos habían estado en el aire por mucho tiempo, contribuían a formar audiencias al ser referentes de

información crítica y plural. Uno de ellos fue “El fin justifica a los medios”, el cual había estado al aire por más de 15 años y ofrecía la visión de especialistas sobre la relación medios-sociedad; un tema emergente y crucial para entender el desarrollo democrático y cultural del país.

Radio Educación promovía la función educativa a través de programas coproducidos por instituciones educativas. La presencia de estos contenidos en la banda AM eran cruciales dado que no había muchos programas que cumplieran esta función, en particular los que apoyaban el rendimiento escolar.

Había programas en los que se escuchaban mejores recursos de producción y que habían sido beneficiados con la naciente tecnología digital; sin embargo, otros, como el mismo programa “Punto de encuentro”, a pesar que sólo contaban con el recurso de la voz de los participantes, podían generar conversiones muy bien argumentadas y explicar temas complejos mediante una narrativa sencilla.

En Radio Educación no había una barra infantil; eran más bien espacios que aparecían en distintos horarios, los cuales conformaban el 10 por ciento de la programación; sin embargo, se trataba de producciones creativas, lúdicas, festivas, estéticas e informativas que enriquecían la programación de la emisora. “Alas y raíces” era un ejemplo de ello y había estado por mucho tiempo en el aire. Otros programas infantiles eran dedicados a la cultura, educación y que contribuían a construir ciudadanía desde la niñez; fomentaban valores cívicos y sociales. Algo muy importante es que a los niños se les trataba con respeto.

Como se pudo constatar en el análisis, no obstante que en el periodo de Camacho se renovó la carta programática, hubo gran número de programas que permanecieron, lo cual fue un elemento que ayudó a fortalecer la relación con las audiencias, aunque en ocasiones, con en el caso del programa “Del campo y la ciudad” también generaba clientelismo.

Como ya se explicó en este trabajo, la programación de Radio Educación también fortalecía sus contenidos desde la conversación acerca de conceptos como el respeto; tolerancia; igualdad, fraternidad; honestidad; disciplina; educación y responsabilidad, entre otros. Así la emisora buscaba ampliar el sentido de ciudadanía e identidad nacional;

había además un esfuerzo por celebrar en cada programa la libertad de expresión como valor.

Con estas características desde la visión de los realizadores y el análisis de la programación, cuyos datos nos arrojaron datos similares, Radio Educación también contribuía a ampliar el debate en el espacio público al intentar orientar sus contenidos a lo que es común, visible y abierto en la sociedad, y de este modo, ofrecía a los ciudadanos la oportunidad de negociar con el Estado asuntos de la vida pública.

En *conclusión*, hasta el 2006, Radio Educación era una emisora estatal que no era reconocida jurídicamente como un medio público porque en México no había un marco legislativo que lo definiera como tal; tampoco gozaba de condiciones que le garantizaran una autonomía política real, que entre otras cuestiones, la respaldaran para diseñar políticas institucionales que le permitieran potencializar el desarrollo del servicio público y la inclusión de la sociedad civil en su gestión. Sin embargo, ante tal ausencia legal y política, muchos de los realizadores, desde su quehacer cotidiano y su insistencia por incidir en el desarrollo de los medios públicos en el país, fueron elaborando en su imaginario social una noción de servicio público, cuyos principios se reflejaban en las actividades de programación de la emisora.

Así es como Radio Educación construía, desde lo cotidiano, una noción de lo que podría ser un medio público en México y en una referencia para otros medios estatales y culturales del país.

Reflexión final

El sistema político mexicano, encabezado por el priismo, dirigió una relación autoritaria y vertical con la radiodifusión estatal y dictó lo que tenía que ser el interés público. El Estado mexicano soslayó la obligación de crear un sistema de radiodifusión pública y los gobiernos en sus tres niveles aprovecharon a los medios estatales como canales de propaganda política y gubernamental. El Estado no se responsabilizó sobre cómo regularlos y no sentó las bases jurídicas ni políticas para que las radiodifusoras estatales se legitimaran como instituciones de servicio público.

Sin embargo, Radio Educación, por las características que ya explicamos en este trabajo, fue una excepción por ser un canal de comunicación en el cual el gobierno en

turno podía aceptar la crítica y la disidencia; se trataba de un medio por el cual el gobierno podía justificar el pluralismo político y la libertad de expresión.

En este siglo, nuestro sistema político dio paso a la alternancia en el Poder federal y el gobierno en turno prometió la transición de los medios estatales en unos de servicio público. Estas promesas nunca se llevaron a cabo y dieron lugar a intensificar el debate sobre la situación jurídica y política entre algunos sectores de la sociedad. Para el Gobierno federal esto significó una justificación a su discurso.

En el sexenio de Fox, sólo pudimos encontrar excepciones en el sistema de radiodifusión estatal que tenían aspiración a convertirse en medios públicos, y nos encontramos con Radio Educación. Pero en general, México entró rezagado en este siglo con respecto a otras regiones del mundo en debatir sobre cómo edificar un sistema de medios públicos, especialmente cuando en otros países se discutían otros temas en estas fechas acerca de cómo definir políticas públicas que atendieran a mayorías y minorías en el seno de una sociedad multicultural.

La construcción del servicio público en Radio Educación era diferente a la manera en que se edificó y estaba evolucionando en otras partes del mundo. En primer lugar, porque las radios públicas de Europa central, Oceanía y Norteamérica nacieron con un mandato jurídico o ley, y la relación de autonomía con respecto al Estado y la sociedad fue distinta desde un principio. Además, las condiciones sociopolíticas de los países en esas regiones—como mayor democracia, participación social y derecho a la libertad de expresión—potencializaron el desarrollo de esas radios.

Los Estados en estos sistemas políticos entendieron al servicio público de radiodifusión como una obligación que remitía al interés general y al ejercicio del poder. Pero cierto es también que algunos de esos países tuvieron que trazar un largo camino antes de darle la bienvenida al servicio público de radiodifusión: En Estados Unidos los sistemas de radio comunitaria y educativa tardaron 20 años para ser reconocidos como medios públicos; la radio pública en aquel país se institucionalizó hasta principios de los setenta.

El estudio de este periodo histórico dejó claro que, para mejorar a la radio estatal se requerían cambios estructurales de fondo en el país; particularmente una transformación integral del sistema comunicativo en México que estuviera vinculado a un

proyecto de nación. Para el 2006, había una infraestructura importante de medios de radiodifusión no comercial en México; si contamos los servicios de radiodifusión estatal y cultural, alcanzaban el medio centenar—un número suficiente para que pudieran realizar una mejor función social. Asimismo, era preciso que los ciudadanos se acercaran a ellos, participaran en su programación como una forma de negociar con el Estado asuntos de la vida pública.

El debate sobre la construcción del servicio público de radiodifusión era preponderante para comunicar el interés público y fomentar la pluralidad de visiones en el espacio público. Asimismo, ante la situación de crisis sociopolítica mundial que se avecinaba en ese periodo, los Estados tenían que redefinir su relación entre mercado y la sociedad para establecer nuevos vínculos con los bienes públicos en general.

La mayoría de los ciudadanos habían obviado su papel en la vida pública; no demandaban el cuidado de los bienes públicos y tenían que aprender que la radio era un bien público que le pertenecía a todos los mexicanos y era para su propio beneficio. Se había menospreciado su servicio y se le había dejado esa responsabilidad a los gobiernos en turno—una decisión de la cual también los ciudadanos eran corresponsables.

Durante periodo neoliberal en México y particularmente en el sexenio de Fox, los medios estatales tenían que haber sido utilizados para ayudar a entender la complejidad de los verdaderos problemas nacionales. De haberse fortalecido, los medios públicos podrían haber servido para que los años siguientes los ciudadanos pudieran ampliar sus libertades públicas.

Para el periodista Miguel Ángel Granados Chapa, éstas “impiden retrocesos dañinos para la convivencia nacional”,¹³² y una de las más preciadas libertades públicas en las sociedades contemporáneas es la de la información.

En efecto, el desarrollo de la radio estatal en México en el periodo neoliberal estaba compuesto por muchas aristas que hacían muy complejo su estudio; por lo que este recorrido nos ha dejado conocimiento muy puntual para poder entender la relación de la radiodifusión estatal con el servicio público hoy día.

¹³² Véase el discurso pronunciado por Miguel Ángel Granados Chapa al recibir la Medalla de honor Dr. Belisario Domínguez, conferida por el Senado de la República, el 7 de octubre de 2008.

En particular, en fechas recientes, este tema ha adquirido nuevas dimensiones de estudio, ya que en el 2014, el Estado mexicano reconoció jurídicamente—con la promulgación de la Ley Telecomunicaciones y Radiodifusión—que en el país había medios públicos y definió la noción de *servicio público*.

Esto nos ha arrojado nuevas tareas de investigación; por el momento, sólo mencionaremos seis:

1) Es importante evaluar a cada una de las radiodifusoras estatales del país para conocer cómo están restableciendo su relación con el Estado y la sociedad a partir de ser consideradas legalmente como medios de *uso público*. En este esfuerzo sería trascendental seguir estudiando la construcción de la noción de servicio público desde el punto de vista de la programación y del imaginario social de los realizadores, ya que consideramos que en México una ley tampoco garantiza un cambio en automático.

2) Asimismo, sería trascendental explicar cómo estos medios están generando nuevas audiencias y a qué problemáticas se enfrentan.

3) Un similar acercamiento de investigación experimentado en este trabajo, podría ser aplicado en otros sistemas de radio de servicio público en el mundo. Así podríamos saber con mayor exactitud, cómo se experimenta la transformación del servicio público hoy día y cómo los medios públicos en ciertos países están impactando en ampliar la discusión del espacio público.

4) La calidad en el servicio público es un tema que también es necesario ser abordado; la gran mayoría de los investigadores hablan de calidad pero no definen el concepto. Probablemente, como lo mencionamos, tiene que ver con la subjetividad de la definición, por eso es necesario realizar estudios de caso y acercarse más a la visión de los realizadores de la radio y no sólo basarse en lo que los teóricos afirman.

5) Hace falta estudiar cómo las rutinas periodísticas y de producción impactan en el desarrollo del servicio público de las emisoras estatales; es una línea de investigación que en México está prácticamente desierta.

6) También sería importante evaluar la transformación del lenguaje radiofónico en medios públicos a partir del desarrollo de los multimedia.

Pero también encontramos otras problemáticas pendientes en torno al tema:

- En esta investigación nos ha quedado claro que, para poder seguir estudiando a la radio y los medios públicos en general, es necesario reconceptualizar las nociones de *Estado* y *espacio público* desde otras ópticas teóricas como el interculturalismo.

- Tenemos que revisar cómo estamos planteando nuestra investigación: qué preguntas nos estamos haciendo en torno a la transformación de los medios; cómo las estamos abordando; qué cuestiones estamos tomando por hecho; cómo estamos haciendo visible nuestra investigación en los salones de clases y con otras instituciones sociales.

En este sentido, coincidimos con el investigador venezolano, Antonio Pasquali, en que “en lo sucesivo, el investigador en comunicaciones que quiera trabajar para el desarrollo regional, nacional y comunitario, y ver resultados tangibles, deberá no sólo destilar principios, sino a renglón seguido convertirlos en diseños políticos, en planes, en programas y proyectos, trabajar personalmente en la formación de matrices de opinión favorables, y por si fuera poco, salir a la calle en misión especial a buscar aliados en gremios, sindicatos, partidos políticos, organismos gubernamentales y no gubernamentales y asociaciones de usuarios” (Pasquali, 2007: 22).

- Por último, es un hecho que las investigaciones se tienen que realizar a través de redes nacionales e internacionales de investigadores. Ya no es posible trabajar de forma aislada; de otra forma, los estudios serían largos y costosos, y difícilmente tendrían un fuerte impacto en la elaboración de políticas públicas.

Finalmente, en las sociedad contemporáneas, hacer un uso cabal de la radio, significa ejercitar el derecho a la libertad de expresión; es una forma mediante la cual la sociedad puede practicar la democracia y un paso necesario para promover acciones políticas que resguardan los derechos civiles de los ciudadanos.

A través de esta práctica, los ciudadanos pueden conocer que tienen responsabilidades y que conforman también al Estado, y es cómo los ciudadanos pueden participar en la vida pública.

Los ciudadanos tienen que aprender a argumentar y debatir sus puntos de vista sobre la vida social como forma de revigorizar el ámbito político; cada uno de los actores sociales involucrados (Estado, sociedad civil, ciudadanos, etc.) juega un papel determinante. Por ello los ciudadanos se tienen que cuestionar si realmente quieren

mejorar su calidad de vida y preguntarse cómo se quieren insertar dentro de la modernidad. Las radios de servicio público podrían coadyuvar a emprender esta tarea junto con el resto de la sociedad, porque son escenario natural para que los ciudadanos ejerciten esa capacidad discursiva. Además, la radio pública, sobre todo cuando potencializa la conversación en la vida pública, puede ser un medio para la organización social.

En las sociedades cosmopolitas existen evidencias suficientes para argumentar que es casi imposible que la sociedad en general logre consensos, porque sus actores no comparten todos los valores sociales y sus mundos de vida son muy distintos. Quizá sólo se pueden compartir los valores universales como la libertad de expresión y la justicia social.

El filósofo Kwame Appiah (2007) propone el ejercicio la *conversación*. Seguir conversando es una alternativa, porque empodera simbólicamente a los ciudadanos, porque al menos con la conversación se puede generar el entendimiento y mostrar respeto ante los demás. Además sirve a la sociedad para conocer cómo se está organizando para erigir un nuevo orden mundial.

En este contexto, el servicio público de radiodifusión se convierte en uno de los múltiples canales de la comunicación pública que provee el Estado, a través del cual la conversación para muchos ciudadanos en sociedades cosmopolitas puede ser posible. “El consenso no tiene que dirigirse al consenso... es suficiente con que ayude a la gente a que se acostumbre a los demás” (Appiah, 2007: 85).

Particularmente en México cada día es más difícil alcanzar consensos y, a falta de acuerdos nacionales, la radio estatal puede ser un canal genuino para proporcionar información y expresiones culturales (como la música), que pueden facilitar el entendimiento del *otro* y de los distintos mundos de vida; además, se puede incluir a grupos sociales diversos, especialmente los vulnerables y minorías.

Atraer la pluralidad de pensamientos en la programación, es una forma valiosa de ejercitar la conversación nacional; sobre todo porque, la radio puede ser un vehículo para contribuir a cicatrizar las fracturas sociales multiplicadas en las últimas décadas.

James Lull (2010: 21-22), afirma que “la comunicación no es ni será nunca un proceso completamente democrático. La democracia pura, en cualquiera de sus

expresiones no existe. Pero podemos reconocer y usar el potencial democratizador que tienen los sistemas de comunicación para mejorar las circunstancias mientras aumentan el efecto de las tendencias democráticas... El poder simbólico nunca reemplazará al poder duro, como el poder militar, pero cada vez está más al alcance de personas como nosotros y es muy poderoso”.

La radio pública cuenta con estas capacidades simbólicas para ayudar a crear y ampliar movimientos contra-hegemónicos dentro del espacio público; por ello, nuestra labor como ciudadanos es hacer uso de su poder social y cultural.

El historiador Howard Zinn (1994: 208), por su parte, solía decir que “no tenemos que comprometernos en grandes acciones heroicas para participar en el proceso del cambio. Acciones pequeñas, multiplicadas por millones de personas, pueden transformar el mundo”. En cierto sentido, eso es lo que hace Radio Educación diariamente en sus transmisiones.

Bibliografía

Libros, artículos académicos

- Abercrombie, Nicholas *et al.* (2006) *Dictionary of Sociology*, Londres, Penguin Books.
- Albert, Pierre y Tudesq, Andre-Jean (1982), *Historia de la radio y la televisión*, México, FCE.
- Alfonzo, Alejandro (2000), “La formulación, planificación y desarrollo de una radiodifusión para Venezuela”, en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México*, México, Cámara de Diputados.
- Alva de la Selva, Alma (1982), *Radio e Ideología*, México, El Caballito.
- Alva de la Selva, Alma (1988), “Radio: punta de lanza del consorcio”, en *Las redes de Televisa*, en Trejo, Raúl (coord.), México, Claves Latinoamericanas.
- Alva de la Selva, Alma (2000), “Del corazón del cuadrante nacional: la radio comercial de la ciudad de México”, en Rebeil, María (comp.), *Perfiles del cuadrante, experiencias de la radio*, México, Trillas.
- Alva de la Selva, Alma (2000), “Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México”, en Solís, Beatriz (coord.), México, Cámara de Diputados.
- Alva de la Selva, Alma (2002), “Perspectivas de los medios públicos en la sociedad globalizada, Sociedad y medios electrónicos en México. Propuestas sociales”, en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*, México, Fundación Konrad Adenauer, AC.
- Alva de la Selva, Alma (2006), *Políticas de telecomunicaciones y sociedad de la información en México*, Tesis de doctorado, México, UNAM.
- Appiah, Anthony (2007), *Cosmopolitanism*, Nueva York, Norton.
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2007), “La concentración mediática argentina: De eso no se habla”, en *Centro de Estudios Legales y Sociales, Derechos humanos en la Argentina – Informe 2007*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Blumler, Jay (1991) *et al.*, *Broadcasting Finance in Transition, A comparative Handbook*, Nueva York, Oxford University Press.

- Buenaventura, Juan (1990), “La programación radial: palimpsesto y mapa de la cultura urbana contemporánea” en *Revista Diálogos*, núm. 26, Lima, Felafacs, marzo de 1990.
- Bustamante, Enrique (2001), “Nuevas fronteras del servicio público y su función en el espacio público mundial”, en Vidal, José (comp.), *La ventana global*, Madrid, Taurus.
- Bustamante, Enrique (1999), *La televisión económica*, Madrid, Gedisa.
- Bustamante, Enrique (2008), “El servicio público ante la era digital”, en Fernández, Isabel y De Moragas, Miquel, *Comunicación y políticas culturales en Europa*, Generalitat de Catalunya, Colección Lexikon.
- Calva, José (1999), *El modelo neoliberal mexicano*, México, Juan Pablos.
- Calvento, Mariana (2006), “Fundamentos teóricos del neoliberalismo: su vinculación con las temáticas sociales y sus efectos en América Latina”, en *Revista Convergencia*, núm. 41, mayo-agosto de 2006.
- Canadian Broadcasting Corporation (1986), *Funding the CBC (submission to the Task Force, November 1985), Report of the Task Force*, Canadá, CBC.
- Casas, María de la Luz (2006), *Políticas públicas de comunicación en América del Norte*, México, Limusa.
- Casas, María de la Luz (2006) “Entre lo público y lo privado. Un espacio para la convivencia social a través de la comunicación”, en *Razón y palabra*, núm. 55, México, ITESM.
- Castells, Manuel (2005), *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad en red*, vol. 1, México, Siglo XXI.
- Cisneros, José (2001), *Comunicación y democracia: La participación actual y potencial de las organizaciones civiles en las radiodifusoras del municipio de Puebla*, Tesis doctoral, Tenerife, Universidad de la Laguna.
- Cisneros, José (2003), “La privatización del espacio público. Análisis conceptual”, en *Investigación de la comunicación*, en Maldonado, Patricia (comp.), México en los albores del siglo XXI, México, AMIC.
- Cisneros, José (2007), “La privatización del espacio público. Análisis conceptual”, en *Razón y palabra*, núm. 55, México, ITESM.

- Comaroff, John (2010), *Notes on Anthropological Method*, Universidad de Chicago, Disponible en: <https://stosowana.files.wordpress.com/2010/11/comaroff-paper1.pdf> [14 de marzo de 2010].
- Corchado, Alfredo (2013), *Midnight in Mexico*, Nueva York, Penguin Press.
- Cornejo, Inés (2002), *Apuntes para una historia de la radio indigenista*, México, Fundación Manuel Buendía.
- Cornejo, Inés (2007), El lugar de los encuentros. *Comunicación y cultura en un centro comercial, México, Universidad Iberoamericana.*
- Corporation for Public Broadcasting (1995), *Frequently asked questions about Public Broadcasting 1995*, Washington DC, CPB.
- Cortés, Guadalupe, *et. al* (2000), “A quién le importa la radio cultural” en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*, México, Cámara de Diputados.
- Cortés, Guadalupe y Alicia Ibargüengoitia (2009), *La radio en México (1990-2008)*, Tesis, México, UNAM.
- Cremoux, Raúl (1989), *La Legislación Mexicana en Radio y Televisión*, México, UAM-Xochimilco.
- Charaudeau, Patrick (2003), *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Barcelona, Gedisa.
- DeFleur, Melvin (1989), *Theories of Mass Communication*, Nueva York, Longman.
- De León, Salvador (2003), *La construcción del acontecer. Análisis de las prácticas periodísticas*, Guadalajara, Jalisco, UdeG.
- De Tocqueville, Alexis (1984), *Democracy in America*, Nueva York, Penguin.
- Esteinou, Javier (2001), “La democratización de los medios de comunicación en México, en Cerdán, José y Francisco, Aceves (editores), *Anuario de investigación de la comunicación*, Nuevo León, CONEICC.
- Esteinou, Javier (2005), “Hacia un nuevo modelo de comunicación de servicio público en México”, en *Ámbitos*, núm. 13-14, Sevilla, Universidad de Sevilla.
- Esteinou, Javier (2007), “Espacio público, medios de información y transición presidencial en el 2006”, en *Razón y palabra*, núm. 55, 2006, México ITESM.

- Esteinou, Javier y Alva de la Selva, Alma (2009), *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, México, Fundación Friedrich Ebert y otras.
- Esteinou, Javier y Alva de la Selva, Alma (2011), *Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información*, México, SRE.
- Esteinou, Javier (2007), *Pérdidas y ganancias de la sociedad mexicana con la Ley Televisa* [manuscrito], México.
- Fernández, Fátima (1982), *Los medios de difusión masiva en México*, México, Juan Pablos.
- Fernández, Fátima (2000), “Impacto de la concentración de los medios”, en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*, México, Cámara de Diputados.
- Fernández, Fátima (2002), *La responsabilidad de los medios de comunicación*, México, Paidós.
- Fiske, John (1990), *Introduction to Communication Studies*, Nueva York, Routledge.
- Fuenzalida, Valerio (2002), “Medios públicos”, en Solís Beatriz (coord.), *Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*, México, Fundación Konrad Adenauer, AC.
- Fuenzalida, Valerio (2000), *La televisión pública en América Latina, Reforma y privatización*, Santiago de Chile, FCE.
- Garza, Enrique (1988), *Ascenso y crisis del Estado social autoritario. Estado y acumulación del capital en México (1940-1976)*, México, El Colegio de México.
- Giménez, Gilberto (2004), *La concepción simbólica de la cultura*, México, Mimeo.
- Gómez, Rodrigo, y Sánchez Enrique (2009), “La economía política de la comunicación y la cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación”, en Vega, Aimé (coord.), *La comunicación en México. Una agenda de investigación*, México, UNAM.
- González, Carlos (2010), “El *ethos* del conductor del noticiario televisivo. Una comparación entre Francia y México”, en *Convergencia*, año 17, núm. 54, México, UAEM, septiembre- diciembre de 2010.
- Granados Chapa (1980), *Examen de la comunicación en México*, México, Ediciones El Caballito.

- Granados Chapa (1981), “1970-1976, un sexenio de comunicación”, en *Connotaciones*, núm. 1, México, El Caballito-Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Gustafsson, Karl-Erik (1980), “The Press Subsidies in Sweden: A Decade of Experiment”, en Smith, ed., *Newspapers and Democracy. International Essays on a Changing Medium*, pp. 104-126, Cambridge, MIT Press.
- Gutiérrez, Roberto (2005), *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*, México, UAM-Azcapotzalco.
- Habermas, Jürgen (1996), *Historia y crítica de la opinión pública*, México, Ediciones G Gili, S.A de C.V.
- Habermas, Jürgen (1987), *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus.
- Hallin, Daniel (1986), *The Uncensored War: The Media and Vietnam*, Berkeley, University of California Press.
- Hallin, Daniel (1994), *We keep America on Top of the World. Television, Journalism, and the Public Sphere*, Londres, Routledge.
- Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2004), *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Hanada, Tatsuro (2001), “Una aproximación conceptual a la esfera pública”, en Vidal, José (director), *La ventana global*, Madrid, Taurus.
- Haraway, Donna (1998), “Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective”, en *Revista Feminist Studies*, núm. 14: 3.
- Harris, Christopher (1995), “High-profile Shows Feel CBC Radio Axe”, en *The Globe Mail, The Arts Section*, martes 19 de diciembre de 1995.
- Haye, Ricardo (2003), *Otro siglo de radio; noticias de un medio cautivante*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- Hendy, David (2000), *Radio in the Global Age*, Polity Press, Estados Unidos, Cambridge.
- Herman, Edward y Chomsky, Noam (1992), *Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media*, Nueva York, Pantheon Books.
- Hesmondhalgh, David (2008), *The cultural industries*, Reino Unido, Sage.

- Hirsch, Paul (1980), “Occupational, Organizational and Institutional Models in Mass Media Research. Toward and Integrated Framework”, en *Mass Communication Review Yearbook*, Los Ángeles, Sage.
- Izurieta, Clara (2000), “La BBC como servicio público”, en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*, México, Cámara de Diputados.
- Keane, John (1997), “Transformaciones estructurales de la esfera pública”, en *Revista Estudios sociológicos*, enero-abril 1997.
- Kleinstauber, Hans (2007), “Habermas and the Public Sphere: From a German to a European Perspective”, en *Revista Razón y palabra*, núm. 55.
- Lara, Carlos (2000), “El Instituto Mexicano de la Radio”, en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México*, México, Cámara de Diputados.
- Lewis, Jeff (2008), *Cultural Studies*, Londres, Sage.
- Lewis, Peter (1993), *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*, México, Paidós.
- Looker, Thomas (1995), *The sound and the story: NPR and the art of radio*, Boston, Houghton Mifflin Company.
- Lull, James (1980), “The Social Uses of Television”, en *Human Communication Research*, vol. 6, marzo, pp. 197-209.
- Lull, James (2007), *Culture-On-Demand. Communication in a Crisis World*, Oxford, Blackwell Publishing.
- Lull, James (2010), “La evolución de una comunicación abierta para un mundo en crisis”, en Martell, Lenin y Valero, Jannet (coord.), *Agenda académica para una comunicación abierta*, México, Porrúa.
- Martell, Lenin (1997), *Un viaje por el cuadrante público norteamericano*, Tesis de licenciatura, México, UNAM-Acatlán.
- Martell, Lenin (2010), “La radio en México en búsqueda de su identidad”, en Rebeil, María et al. (coord.), *Ética e identidad cultural. La influencia de los contenidos mediáticos*, México, Porrúa.
- Martell, Lenin et al. (coord.) (2006), *A 25 años del Informe MacBride*, México, AMIC.

- Martell, Lenin (2006), “¿Qué significa la participación ciudadana en la radio hoy en día?”, en *Revista Espacios Públicos*, núm. 18, México, UAEM.
- Martell, Lenin (2006), “Movimientos sociales en América Latina y medios de comunicación ante la encrucijada del neoliberalismo”, en *Revista Razón y palabra*, México, ITESM, junio-julio 2006, ISSN 1605-4806.
- Martell, Lenin (2007), “La legislación del servicio público de radiodifusión en México: un letargo pendiente”, en *Revista Espacios Públicos*, núm. 20, 400-414 pp.
- Martín-Barbero, Jesús (1993), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gili.
- Martín-Barbero, Jesús (2001), “La deconstrucción de la crítica: nuevos itinerarios de la investigación”, en Vasallo, Immacolata y Raúl Fuentes (coords.), *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, Guadalajara, ITESO.
- Martín-Barbero, Jesús (2001), “Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”, en *Claves del debate*, Guadalajara, ITESO.
- Martínez, Graciela (2007), *La radio pública, más allá de una radio de gobierno, Planteamiento de un modelo de radio de servicio público mexicano*, Tesis de maestría, México, UNAM.
- McQuail, Denis (1992), *La acción de los medios; los medios de comunicación y el interés público*, Buenos Aires, Amorrortu editores.
- Meyer, Lorenzo (2006), “De la estabilidad al cambio”, en *Historia General de México*, México, El Colegio de México.
- Meyer, Lorenzo y Héctor Aguilar Camín (1989), *A la sombra de la revolución mexicana*, México, Cal y Arena.
- Moreno, Judith (1987), *La radio en Tijuana*, México, CONEICC-Programa Cultural de las Fronteras.
- Morley, David (1986), *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Londres, Routledge.
- Navarro, Fidela y Villanueva, Ernesto (2008), *Medios de servicio público y transparencia: análisis y medición de su desempeño*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, UNAM.
- NPR (2011), “This is NPR”, *The First forty Years*, San Francisco, Chronicle Books.

- Ortega, Félix, y Humanes María (2000), *Algo más que periodistas*, Madrid, Ariel.
- Ortega, Félix (2003), “Una simbiosis compleja: políticos y periodistas”, en *Revista Telos*, núm. 54, 71-83 pp.
- Ortega, Félix (2004), “Espacio público y legitimidad política”, en *Reflexiones sociológicas*, Madrid, CIS.
- Ortega, Félix (2007), “¿Una sociedad del conocimiento sin intelectuales?”, en *Revista Razón y palabra*, núm. 55, México, ITESM.
- Ortega, Félix (2007), “Un periodismo que va a la deriva”, en *Revista Razón y palabra*, núm. 55, México, ITESM.
- Ortega, Patricia (2002), “Medios públicos y tiempos de estado”, en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*, México, Fundación Konrad Adenauer, AC.
- Ortega, Patricia (2005), “Medios de estado, una transición incompleta” en Solís, Beatriz (coord.), *Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la Reforma del Estado*, México, Fundación Konrad Adenauer, AC.
- Ortega, Patricia (2006), *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*, México, UAM-Xochimilco.
- Ortega, Patricia (2007), “Muchos canales no es sinónimo de pluralidad. Dos empresas una voz”, *Anuario de investigación 2006*, México, UAM-X.
- Ortega, Patricia (2010), “Comunicación y calidad. Una relación mediada por el mercado”, en Gamboa, Mauricio *et al.* (coord.), *Comunicación y educación. Enfoques desde la alternatidad*, México, Porrúa-UAM-X.
- Ortega, Patricia (2009), “Los olvidados. ‘La Ley Televisa’ y medios públicos”, en *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, México, Fundación Friedrich Ebert y otras.
- Papacharissi, Zizi (2002), “The Virtual Sphere. The Internet as a Public Sphere”, en *New Media and Society*, vol. 4(1), pp. 9-27, marzo de 2002, California, Sage.
- Pasquali, Antonio (2007), “¿Podemos mejorar la investigación en comunicaciones orientada a la acción?”, en Peimbert, Adriana y Gómez, Rodrigo (coord.), *Comunicación para el desarrollo en México*, México, AMIC.

- Peacock, Alan (1986), “Committee on Financing the BBC”, *Informe*, Cmnd 9824, Londres, HMSO.
- Pember, Don R. (1993), *Mass Media Law*, Washington DC, Brown and Benchmark Publishers.
- Pi Orozco, Luis (2001), *Dimensiones de la radio pública en México*, México, Fundación Manuel Buendía.
- Praill, Alex (1993), *Los medios de comunicación en el Reino Unido*, Londres, Foreign and Commonwealth Office Londres.
- Preston, Julia, y Dillon (2004), Samuel, *El despertar de México. Episodios de una búsqueda de la democracia*, México, Océano.
- Prieto, Daniel (1980), *Diseño y comunicación*, México, UAM-Xochimilco.
- Quiroz, Sergio (2000), “La Comisión Nacional de Televisión de Colombia”, en Solís, Beatriz, *Los medios públicos de comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México*, México, Cámara de Diputados.
- Rabotnikof, Nora (1995), “El espacio público: variaciones en torno a un concepto”, en Rabotnikof, Nora (comp.), *La tenacidad de la política*, México, UNAM.
- Rabotnikof, Nora (1997), *El espacio público y la democracia moderna*, México, Instituto Federal Electoral.
- Raboy, Marc (1996), *Public Broadcasting for the 21st Century*, Academia Research Monograph, núm. 17, Luton, Luton Press-John Libbey.
- Radio Educación (2004), *La innovación en el cuadrante*, México, Radio Educación.
- Radio Educación (2008), *La historia reciente: testimonios y memorias*, México, CONACULTA.
- Ranieri, Steve (2000), “El acceso público a los medios”, en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado de México*, México, H. Cámara de Diputados.
- Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, AC (2004), *Principios de radiodifusión de servicio público*, México, Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales.
- Romo, Cristina (1990), “La otra radio”, *Voces débiles, voces de la esperanza*, México, Fundación Manuel Buendía-IMER.

- Romo, Cristina (2000), “Educación y medios públicos”, en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*, México, Cámara de Diputados.
- Safar, Elizabeth (2000), “Participación social y radiotelevisión pública en Venezuela: Nuestra última pelea y el próximo combate”, en Solís, Beatriz (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México*, México, Cámara de Diputados.
- Salyer, Stephen (1993), "Monopoly to market place -competition comes to public radio", en *Radio The Forgotten Medium*, The Freedom Forum Media Center (Comp.), Nueva York, Columbia University.
- Sánchez, Enrique (2005), “Los medios de comunicación masiva en México, 1968-2000”, en Bizberg, Ilán y Meyer, Lorenzo (coord.), *Una historia contemporánea de México: actores*, México, Océano.
- Schiller, Dan (2007), *How to think about information*, Urbana and Chicago, University of Illinois Press.
- Schiller, Herbert (1970), *Mass communication and American empire*, Nueva York, Augustus McKelly Publishers.
- Serrano, Alejandro (2006), *Marcos constitucionales y el servicio público de radiotelevisión en América Latina. Un tema relevante para la UNESCO*, Costa Rica, UNESCO.
- Solís, Beatriz (coord.) (2002), *Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*, México, Fundación Konrad Adenauer, AC.
- Solís, Beatriz (2009), “De cómo llegamos hasta aquí... Los antecedentes de la ‘Ley Televisa’”, en Esteinou, Javier y Alva de la Selva, Alma (coord.), *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, México, Fundación Friedrich Ebert y otras.
- Sosa, Gabriel (2011), “Grupos radiofónicos y concentración”, en Bravo, Jorge *et al.* (coord.), *Panorama de la comunicación en México 2011*, México, AMEDI.
- Strauss, Claudia y Quin, Naomi (2001), *A Cognitive Theory of Cultural Meaning*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Terribas, Mónica (2002), “El discurso de los ejecutivos sobre calidad en el sector público y privado”, en Cuadernos del CAC, núm. 13, mayo-agosto.

- Thompson, John (1993), *Ideología y cultura moderna*, México, Universidad Metropolitana.
- Toussaint, Florence (coord.) (1993), *¿Televisión pública en México?*, México, CNCA.
- Toussaint, Florence (coord.) (1998), *Televisión sin fronteras*, México, Siglo XXI.
- Toussaint, Florence (2004), “Espacio público, medios de comunicación y democracia”, en Menéndez, Ana (coord.), *Comunicación política*, México, UNAM.
- Toussaint, Florence (coord.) (1985), “Televisa: una semana de programación. Mente sana cuerpo sano”, en Trejo, Raúl (coord.), *Televisa el quinto poder*, México, Claves Latinoamericanas.
- Trejo Delarbre, Raúl (1992), *La sociedad ausente: comunicación, democracia y modernidad*, México, Cal y Arena.
- Trejo Delarbre (2009), “Internet como expresión y extensión del espacio público”, en *Revista MATRIZes*, vol. 2, núm. 2, 1-16 pp.
- Tremblay, Gaëtan (1988), “La noción de servicio público”, en *Revista Telos*, núm. 14, junio-agosto, Madrid.
- Whitherspoon, John, Roselle Kovitz (1989), *The history of public broadcasting*, Washington, DC, Current.
- Williams, Kevin (2005), *European Media Studies*, Londres, Hodder Arnold.
- Wilson, Lorenzo (1988), *Sex and broadcasting*, San Diego, Mho and Mho Works.
- Winocur, Rosalía (2002), *Ciudadanos mediáticos, la construcción de lo público en la radio*, Barcelona, Gedisa.
- Winocur, Rosalía (2007), “La participación en la radio: una posibilidad negociada de ampliación del espacio público”, en *Revista Razón y palabra*, núm. 55, México, ITESM.
- Zinn, Howard (1994), *You Can't Be Neutral on a Moving Train. A Personal History of our Times*, Boston, Beacon Press.

Periódicos, revistas y documentos

- Alva de la Selva, Alma (1997), “Cerrazón injustificada de programas infantiles”, en *El Financiero*, sección Cultural, 6 de febrero de 1997, p. 44.
- Alva de la Selva, Alma (2003), “Quince años de televisión en México. De la expansión a la cúpula del poder”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 16, núm. 83, septiembre-octubre 2003, pp.23-24.

- Alva de la Selva, Alma (2010), “De logros y desafíos”, en revista *Zócalo*, núm. 119, pp. 33-34.
- Béistegui, Dolores (2004), “Vacíos”, en *Revista Etcétera*, núm. 49, noviembre de 2004, p. 34.
- Bermejo, Carmen (1996), “Las radios culturales en la marginación”, en *El Financiero*, sección Cultural, 1 de agosto de 1996, p. 54.
- Bustamante, Enrique (2005), “Radiotelevisión Española y su reforma”, en *Revista Etcétera*, mayo de 2005.
- Camacho, Fernando (2007), “Vuelve al aire sexualidad en tu propia voz”, *La Jornada*, 4 de mayo de 2007, sección Cultural.
- Fernández, Fátima (2007), “¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico?”, en *Revista Nexos*, abril 2007, 48-53 pp.
- Fernández, Fátima *et al.* (1996), “La posibilidad de la radio pública en México”, en *Revista Nexos*, núm. 222, junio de 1996.
- García, Carmen (1996), “Las radios culturales en la marginación”, en *El Financiero*, sección Cultural, 1 de agosto de 1996, p. 54.
- García, Carmen (1997), “El Estado mexicano no tiene interés en las radios universitarias”, en *El Financiero*, sección Cultural, 17 de junio de 1997, p. 54.
- García, Carmen (2004), “En peligro el patrimonio de las emisoras El IMER no puede ser un botín de frecuencias subastables”, en *El Financiero*, sección Cultural, 13 de junio del 2004.
- González, Enric (2005), “RAI, en capilla de la privatización”, en *El País*, sección Sociedad, martes 22 de febrero del 2005, p. 36.
- La Jornada (2006), “Sensenbrenner, molesto por posible amnistía a migrantes”, en *La Jornada*, martes 2 de mayo del 2006.
- La Jornada (2004), “La reforma a la ley de radio y tv entró en una ruta irreversible: Corral Jurado”, en *La Jornada*, 16 de diciembre del 2004.
- López, Enrique (2004), en *Revista Etcétera*, México, marzo 2004.
- Martell, Lenin (2010), “Radio pública estadounidense”, en *Revista Zócalo*, núm. 130, diciembre, 2010, pp. 62-64.

- Mejía, Daniel (2005), “Historia mínima de la radio mexicana”, en *Foro mexicano de historia de los medios*, Fundación Manuel Buendía, el 29 de julio del 2005.
- Norandi, Mariana (2002), “Requiere autonomía la radio pública en América Latina”, 13 de junio de 2002.
- Olmos, Alejandro (1995), “El cuadrante radial en el 94”, en *Revista mexicana de la comunicación*, año VII, núm. 39, febrero-abril de 1995, pp. 41-44.
- Oppenheimer, Walter (2005), “La BBC se enfrenta a un recorte”, en *El País*, sección Sociedad, martes 22 de febrero del 2005, p. 36.
- Radio Educación (2001), “Comité Técnico de Evaluación”, revisión 2001, México, Radio Educación, foliado 102.
- Radio Educación (2001), “Comité Técnico de Evaluación”, revisión 2001, México, Radio Educación, foliado 089.
- Radio Educación (2001), “Comité Técnico de Evaluación”, revisión 2001, México, Radio Educación, foliado 090.
- Radio Educación (2006), “La nueva cara de Radio Educación, 2001-2006” (Folleto elaborado por la emisora), CONACULTA-SEP.
- Secretaría de Gobernación (2003), *Diario Oficial de la Federación*, el 14 de marzo de 2003, p. 3.
- Sosa, Gabriel (1996), “Focos de emergencia para la radio mexicana”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, febrero-abril de 1996, año 8, núm. 43, pp. 11-14.
- Sosa, Gabriel (2003), “Radio: apertura política, mismos oligopolios. Crisol de expresiones”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 16, núm. 83, septiembre-octubre de 2003, pp. 23-24.
- Trejo, Raúl (2010), “Ley española: TV pública, sin comerciales”, en *Revista Zócalo*, febrero 2010, núm. 120, 36-39 pp.

Internet

- BBC Mundo, www.bbcmundo.com [30 de enero del 2004].
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Secretaría de Servicios Parlamentarios, Centro de Documentación y Análisis, “Ley Federal de Radio y Televisión”, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Secretaría de Servicios Parlamentarios, Centro de Documentación y Análisis,

[http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/MexicoLeyFederaldeRadioyTelevision\(1960\).pdf](http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/MexicoLeyFederaldeRadioyTelevision(1960).pdf) [16 de febrero de 2014].

•Ley Federal de Radio y Televisión (1960), [http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/MexicoLeyFederaldeRadioyTelevision\(1960\).pdf](http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/MexicoLeyFederaldeRadioyTelevision(1960).pdf), [16 de febrero de 2014].

•Lukor (2011), “Huelga en la radiotelevisión pública francesa en protesta por el fin de la publicidad en el sector”, www.lukor.com/not-por/0802/13090411.htm, [2 de octubre de 2011].

•National Public Radio (2007), www.npr.org, [22 de junio de 2007].

•Public Radio International, www.pri.org [1 de junio de 2007].

•Radio Educación, “Informe de autoevaluación correspondiente al periodo enero-diciembre de 2001”, www.radioeducacion.edu.mx [1 de octubre de 2010].

•Radio Educación, “Resumen de actividades de Radio Educación durante el periodo enero-diciembre de 2002”, www.radioeducacion.edu.mx [1 de octubre de 2010].

•Radio Educación, “Informe de labores de Radio Educación correspondiente al primer trimestre de 2003”, www.radioeducacion.edu.mx [1 de octubre de 2010].

•Radio Educación, “Informe de autoevaluación de Radio Educación correspondiente al periodo enero-diciembre de 2004”, www.radioeducacion.edu.mx [1 de octubre de 2010].

•Radio Educación, “Resumen de actividades de Radio Educación correspondiente al enero–diciembre 2005”, www.radioeducacion.edu.mx [1 de octubre de 2010].

•Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C., “Asociados de la Red”, www.lared.org.mx [30 de marzo de 2008].

•Sánchez, Rocío (2006), “Cancelan transmisiones en vivo a Sexualidad en tu propia voz”, www.notiese.org, [15 de octubre de 2008].

•Secretaría de Comunicaciones y Transportes, “Infraestructura de Radio y Televisión, estaciones autorizadas al 28 de febrero de 2006”, www.sct.gob.mx [4 de abril de 2017].

•Secretaría de Educación Pública (1994), “Acuerdo 203”, www.sep.gob.mx/wb/sep1/acuerdo_203 [5 de marzo de 2011].

Entrevistas

- Alva de la Selva, Alma Rosa, México, 16 de mayo de 1996 y 24 de septiembre de 2008.
- Calderón Adel, Antonio, Monterrey, NL, 12 de septiembre de 2008; 10 de octubre de 2008; 27 de enero de 2009; 17 de febrero de 2011; 15 de noviembre de 2016.
- Cortés, Guadalupe, ciudad de México, 29 de octubre de 2008.
- De León Vázquez, Salvador, México, 25 de julio de 2014.
- Esteinou Madrid, Javier, México, 28 de abril del 2006.
- González, Daniel (2008), ciudad de México, 2 de octubre de 2008.
- Limón, Carmen (2008), ciudad de México, 13 de octubre de 2008.
- Martins (2005), Alejandra, Londres, 8 de abril del 2005.
- Rodríguez (2009), Perla Olivia, ciudad de México, 3 de marzo de 2009.
- Salyer, Stephen, Minneapolis, 22 de noviembre de 1995.
- Sosa Platas (2008), Gabriel, ciudad de México, 3 de octubre de 2008.
- Vázquez Guerrero (2014), Marina, México, 28 de julio de 2014.
- Vivori, Claudio (2004), México, 20 de mayo de 2004.
- Zavala, Jacqueline (2004), México, 7 de mayo de 2014.

Seminarios, Congresos y Ponencias

- Aberg, Carin (2005), “Perspectivas de la radio en el norte de Europa”, ponencia presentada en el V Congreso de radios y televisiones locales, públicas y alternativas, Sevilla, febrero del 2005.
- Bustamante, Enrique (2000), “Cultura, comunicación y educación: La vigencia del servicio público en la ‘sociedad de la información’”, dentro del marco de Textos de las Jornadas sobre Televisión, Universidad Complutense de Madrid, diciembre, 2000.
- Evers, Huub (2009), Intercultural Competences for Journalists and Broadcasters, en el marco de la International Association for Mass Communication Research (IAMCR), ciudad de México, 25 de Julio de 2009.
- García Canclini, Néstor (2008), “Cinco dudas sobre la televisión cultural”, en discurso deliberado en la conferencia inaugural, en el marco del Encuentro Internacional de Cultura y Medios, por el XV Aniversario de Canal 22, ciudad de México, junio de 2008.
- Giménez, G. (2006), “Apuntes de clase”, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2006.

- Giménez, G. (2004), “Apuntes de clase”, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México.
- Granados Chapa (2008), Miguel Ángel, discurso pronunciado al recibir la Medalla de honor Dr. Belisario Domínguez, conferida por el Senado de la república, el 7 de octubre de 2008.
- Gutiérrez, Roberto (2006), presentación pública, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, el 11 de octubre de 2006.
- Halpern, Cheryl F. (2008), VII Bienal Internacional de Radio, ciudad de México, 11 de septiembre de 2008.
- Meyer, Lorenzo (2008), Séptima Bienal Internacional de Radio, ciudad de México, 10 de septiembre de 2008.
- Salazar, Luis (2005), “Todos contra el Estado”, texto inédito leído en la presentación del libro de Roberto Gutiérrez: *Información y Democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*, Ciudad de México, 7 de junio de 2005.

Anexos

Anexo 1: Diferencias entre nociones de servicio público, radio pública y espacio público en la sociedad

El **espacio público** es aquella arena simbólica en la que:

- Los ciudadanos con diversos intereses pueden debatir y reflexionar sobre sus visiones de vida.
- Los ciudadanos resignifican sus representaciones sociales sobre el mundo al encontrarse con otros y fortalecer su identidad.
- Los ciudadanos participan y se integran a la vida pública.
- Los procesos comunicativos se autorregulan y generan la discusión abierta y los cuestionamientos al ejercicio del poder.
- Diferentes actores sociales reconocen y expresan públicamente los asuntos que los afectan y acuden a expresar sus respectivas propuestas y visiones del mundo con el ánimo de confrontarlas
- Se reconoce el derecho a ser diferente.

El **servicio público** es una de las tantas expresiones sociales a través de las cuales se puede ampliar el **espacio público** en las sociedades contemporáneas. De la misma forma, el espacio público se manifiesta a través de la programación transmitida por la **radio pública**. Es justamente por medio de los contenidos programáticos que el servicio público genera las expresiones sociales del espacio público. Por ejemplo, a través de los programas de utilidad social, se promueve: la participación ciudadana e inclusión de diversos actores sociales; el debate y la reflexión; la expresión de asuntos públicos que afectan a los ciudadanos; confrontación de mundos de vida; valores sociales (como justicia y equidad); el cuestionamiento de códigos sociales. Es también a través del servicio público que el Estado materializa y amplía el bienestar social y auspicia la vida pública, el desarrollo democrático y cultural del país.

¿Cómo se articulan las nociones de servicio público, radio pública y Espacio público global en la sociedad?

La **radio pública** es una de las principales arenas del espacio público en las sociedades contemporáneas en donde se pueden generar las acciones sociales descritas.

- La radio pública es una institución social regulada jurídica y normativamente por el Estado, institución a través de la cual éste proporciona las condiciones para generar las expresiones públicas anteriores con el fin de garantizar el bienestar social.
- La radio pública es una de las diversas instituciones del Estado que permite y promueve la participación social de los ciudadanos.
- Asimismo, la RP es una de las tantas manifestaciones ampliadas del espacio público en donde el Estado y la sociedad debaten sobre asuntos de la vida pública, lo cual contribuye a reducir tensiones sociales, legitima el poder del Estado, y donde el Estado también orienta el sentido de la vida pública, valores sociales y el desarrollo democrático y cultural del país.

Cuadro de elaboración propia.


Anexo 2: Carta programática




KEEP 1060
OCTUBRE 2005.

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO							
00:00 00:03	HIMNO NACIONAL													
00:03 01:30	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 20%;">MÚSICA</div> <div style="width: 20%; border: 1px solid black; padding: 2px;">TODO SE ESCUCHA EN SILENCIO</div> <div style="width: 20%; border: 1px solid black; padding: 2px;">DATOS PARA UNA HISTORIA...</div> <div style="width: 20%;">MÚSICA</div> </div>													
01:30 01:45														
01:45 02:05														
02:05 02:08								EL CUENTO CORTO	EL CUENTO CORTO	EL CUENTO CORTO				
02:08 04:57														
04:57 05:00	HIMNO NACIONAL													
05:00 06:00	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 20%;">MÚSICA</div> <div style="width: 20%;">DEL CAMPO Y DE LA CIUDAD</div> <div style="width: 20%;">MÚSICA</div> </div>													
06:00 07:00														
07:00 07:05								AVANCE INFORMATIVO					¿QUIÉN CANTA?	
07:05 07:20								AQUI ESTAMOS LOS PUEBLOS INDIGENAS	IMAGEN Y PEDAGOGIA	LA HORA DEL CONECTE	TIRITAS DE POESIA			
07:20 07:30								SALUD K CUENTA	MÚSICA	IFE	IFE			
07:30 07:35	SALUD K CUENTA	MÚSICA	IFE	IFE										
07:35 07:40	SALUD K CUENTA	MÚSICA	IFE	IFE										
07:40 07:45	SALUD K CUENTA	MÚSICA	IFE	IFE	SALUD K CUENTA	SALUD K CUENTA								
07:45 07:50	EN EL RUEDO													
07:50 08:00														
08:00 08:25	PULSO DE LA MAÑANA					HOY EN EL 1060								
08:25 08:30						HOY EN EL 1060								
08:30 08:45						HOY EN EL 1060								
08:45 08:55						HOY EN EL 1060								
08:55 09:00	HOY EN EL 1060					ALAS Y RAICES: LA VOZ DE LOS NIÑOS DE MEX.								
09:00 09:30	SU CASA Y OTROS VIAJES					ALAS Y RAICES: LA VOZ DE LOS NIÑOS DE MEX.								
09:30 10:00						DE PUNTITAS (Rep.)		RINOCENZONTE						
10:00 10:10	TIEMPO Y ESPACIO					¡PONTE LAS PILAS Y MUÉVETE!								
10:10 10:30	ASI ASESINARONA TROTSKY <small>partir del 19 del septiembre 05)</small>							CONTRUYAMOS (REP.)						
10:30 10:40						(A					EL CHAHUIZTLE			
10:40 10:45	IFE		L'AFFAIRE DU COFFRET (RFI)											
10:45 10:50	TODO SE ESCUCHA EN EL SILENCIO													
10:50 11:00								DATOS PARA UNA HISTORIA AUN NO ESCRITA		L'AFFAIRE DU COFFRET (RFI)				

11:00 11:15	IRRADIANDO MUJERES INTERACTIVAS	GENTE DE CINE	NOTISEP	GENTE DE CINE	REDES, TIERRA ADENTRO		RAIZ GRABADA	
11:15 11:30		MÚSICA						
11:30 11:45	IGUALES PERO DIFERENTES	VISOR FEMENINO	K CUERPO	VISOR FEMENINO	EL TROVO Y LA VERSADA			
11:45 12:00								
12:00 12:30	ENLACE BBC							
12:30 12:45								NO HAGAN RUIDO
12:45 12:50							SALUD K CUENTA	
12:50 13:00								
13:00 13:05	SERVICIO NOTICIOSO DE RADIO FRANCA INTERNACIONAL						CAPS. EL TROVO Y LA VERSADA	
13:05 13:30								
13:30 13:35	AVANCE INFORMATIVO						MÚSICA	
13:35 13:50	DESDE LA PLUMA	ENTRECRUZAMIENTOS	AL ROJO VIVO	ENTRECRUZAMIENTOS				
13:50 13:55								
13:55 14:00								
14:00 14:05	CAPSULAS FONEMAS Y DILEMAS							
14:05 14:10							SALUD K CUENTA	
14:10 14:15								
14:15 14:20	TIEMPO Y ESPACIO						CAPS. EL TROVO Y LA VERSADA	
14:20 14:25								
14:25 14:30								
14:30 15:00	PULSO DE LA TARDE						PULSO SABATINO	PULSO DOMINICAL
15:00 15:15							HISPANORAMA (Radio Est. de España)	VOCES (Radio Nedertan)
15:15 15:30	ENFOQUE (BBC)							
15:30 15:35	SALUD K CUENTA	GRAMÁTICA INOLVIDABLE			GENTE DE CINE			
15:35 16:00								
16:00 16:15			PUNTO DE ENCUENTRO	EL LENGUAJE SECRETO DEL SONIDO			FONEMAS Y DILEMAS (Rep.)	
16:15 16:30		MÚSICA			CIRCO, MAROMA Y LIBROS			
16:30 17:00								
17:00 17:30			FONEMAS Y DILEMAS	MÚSICA				
17:30 17:33	CAPS. FONEMAS Y DILEMAS							
17:33 18:00						1060 POSIB. SONORAS		
18:00 18:05	PANTALLA DE CRISTAL	FRONTERAS	SALUD K CUENTA		SEXUALIDAD EN TU PROPIA VOZ		POR SUS OBRAS LES CONOCERÉIS	
18:05 18:30								
18:30 19:00								
19:00 19:05	AVANCE INFORMATIVO							
19:05 19:10	SALUD K CUENTA			DE DOMINGO A DOMINGO	EL CERVANTINO AL AIRE	POR SUS OBRAS LES CONOCERÉIS		
19:10 19:30		POLÍTICA EN PLURAL					Música	
19:30 19:35	ADICIONES: UN VIAJE AL MUNDO DE LAS DROGAS		EN EL FONDO SOMOS ASI					
19:35 20:00								
20:00 20:30	PULSO DE LA NOCHE							
20:30 21:00			LA CAJA DE CRISTAL	VOCES INTERIORES		ORQUESTA SINFÓNICA NACIONAL	EL CERVANTINO AL AIRE	
21:00 21:15	MI OTRO YO	MÚSICA	PUNTO DE ENCUENTRO (Rep.)	TERRITORIOS DEL ARTE CONTEMPORANEO	CONCIERTOS SINFÓNICOS			
21:15 21:30				VIDA AL AIRE				
21:30 22:00		EL FIN JUSTIFICA A LOS MEDIOS	CUÉNTANOSLO TODO	SONIDOS DE LA HUASTECA				
22:00 22:30	RELIEVES					MÚSICA		
22:30 22:35			EL ARTE DE ESCUCHAR EL RADIOARTE		SALUD K CUENTA		LA HORA NACIONAL	
22:35 22:45		COMENTARIOS CULTURALES		LABERINTO				
22:45 23:00	MÚSICA						MÚSICA	
23:00 23:05				MILES DAVIS				
23:05 23:30								
23:30 24:00								

 EMISIÓN MENSUAL

 EMISION QUINCENAL

OCTUBRE 2005.

Anexo 3: Entrevistas

Véase el CD